



Turismo sustentável como estratégia para o desenvolvimento da região Alentejo.

Estudo de estratégia para o desenvolvimento
regional do Alentejo - Turismo sustentável.

Com este trabalho pretende-se efectuar uma reflexão e caracterização da região Alentejo (NUTII), para posteriormente se propor uma estratégia de desenvolvimento fundamentada nas potencialidades endógenas da região, relativamente ao segmento do turismo.

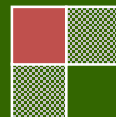


FCSH



Docentes:
Professora Doutora Regina Salvador

Discente:
Jorge Almeida (30401)



Julho 2011

Índice

1.	Introdução.....	2
1.1	Objectivos.....	2
1.2	Metodologias.....	2
1.3	Teorias e Conceitos.....	3
2.	Reflexão sobre o Alentejo.....	10
2.1	Enquadramento Geográfico.....	10
2.2	Demografia.....	12
2.3	Educação.....	15
2.4	Redes, Infra-estruturas e Equipamentos.....	17
2.5	Caracterização económica.....	20
2.6	Ambiente.....	31
3.	O potencial de desenvolvimento.....	34
4.	Turismo sustentável como ferramenta alternativa para o desenvolvimento rural.....	36
4.1	A cultura do turismo no Alentejo: o potencial da região	39
4.2	Capacidade atractiva, Singularidade e Notoriedade	41
4.3	Avaliação dos recursos turísticos existentes	42
4.4	Áreas de oportunidade para o turismo e lazer	47
4.4.1	Ecoturismo	49
4.4.2	Turismo em Espaço Rural	50
4.4.3	Sol mar e praia	53
4.4.4	Recreio de Ar Livre e Desporto	54
4.4.5	Sénior	54
4.5	Onde, o quê?	54
4.6	Estruturas e factores determinantes para a promoção do turismo	56
4.7	Estratégias e objectivos para o desenvolvimento turístico	58
5.	Considerações finais.....	64
6.	Bibliografia.....	68
7.	Anexos.....	70
7.1	Glossário de termos.....	70
7.2	Tabelas.....	73

1. Introdução

1.1 Objectivos

Este trabalho foi realizado no âmbito do Seminário de Desenvolvimento Regional e Local, do mestrado em Gestão do Território – Área de Especialização em Detecção Remota e Sistemas de Informação Geográfica da Faculdade de Ciências Sociais e Humanas e teve como objectivo principal efectuar uma reflexão e caracterização da região Alentejo (NUTII), para posteriormente se propor uma estratégia de desenvolvimento fundamentada nas potencialidades endógenas da região, relativamente ao segmento do turismo.

O estudo teve por base a análise e compreensão das características e condicionalismos físicos, culturais da região, bem como, o estudo de indicadores favoráveis e desfavoráveis, de que são exemplo os indicadores demográficos, de escolaridade, socioeconómicos, climáticos, etc., caracteriza-las e propor uma estratégia de desenvolvimento sustentável para a região.

A região escolhida toma particular importância, pelo facto de ser uma região com graves problemas de desenvolvimento económico, que por sua vez se repercutem na área social. Por outro lado, pelo facto de sentirmos que esta região tem todas as premissas necessárias (culturais, físicas, ambiental e climáticas) para atrair e cativar um crescente segmento turístico de qualidade e economicamente forte, que ao ser atraído pode contribuir em muito para o desenvolvimento e crescimento económico da região, bem como, pelo facto de possuir infra-estruturas e pólos industriais que poderão vir a ser estruturantes no seu desenvolvimento. Acresce ainda como objectivo, o facto de ao analisarmos a região, embora numa perspectiva de estratégia de desenvolvimento socioeconómico por via do turismo, possamos contribuir para revelar os conhecimentos adquiridos, nomeadamente a riqueza cultural, ambiental e gastronómica do Alentejo.

Este estudo foi elaborado a partir da sistematização e análise de informação documental escrita e estatística, recorrendo-se ainda a fontes de Informação fidedigna, as quais nos foram úteis pela informação dispensada.

O presente estudo pretende ser, tanto quanto possível, de interesse para possíveis consultas. Para tal tentou-se fazer recolha e organização de dados, apresentando-os em quadros e gráficos, que se pretendem de fácil leitura.

1.2 Metodologias

A metodologia utilizada no desenvolvimento do presente trabalho foi a pesquisa exploratória baseada na recolha de informação bibliográfica e Web gráfica, tendo em conta as características e a natureza do problema que se procura estudar, ou seja, encontrar e propor uma estratégia de desenvolvimento regional baseada no segmento/cluster do turismo, tendo em conta a sustentabilidade e o facto das propostas se deverem integrar nas políticas estratégicas de âmbito nacional e regional. Dado tratar-se de analisar e identificar as

potencialidades físicas, culturais, climáticas, ambientais e paisagísticas da região, o método de abordagem do estudo consistiu na análise descritiva de documentação escrita e análise e compreensão de indicadores estatísticos. Neste sentido, as principais fontes de pesquisa foram o *PENT – Plano Estratégico Nacional do Turismo (2006)*, *PDTA – Plano de Desenvolvimento Turístico do Alentejo (R.T. Évora 2001)*, o INE e diversas publicações escritas.

1.3 Teorias e Conceitos

Geógrafos económicos da terceira Itália

A dispersão territorial e a segmentação das cadeias produtivas do pós-fordismo deram lugar progressivamente à polarização do poder económico.

Nesse sentido, essencialmente a partir da década de 70, quando grandes empresas industriais começam a sentir alguma retracção relativamente à procura de produtos padronizados e despersonalizados, eis que surgem de forma acelerada novos e variados tipos de arranjos organizacionais que permitiam ganhos de escala.

Apelidados de *cluster* ou de *distritos Industriais*, estes arranjos caracterizam-se pela interdependência das empresas, pelo enraizamento social, pela articulação institucional e pela acumulação e disseminação dos conhecimentos, ou seja, os aspectos culturais, económicos e institucionais articulam-se gerando espaços economicamente dinâmicos e socialmente integradores.

Como casos emblemáticos destas aglomerações industriais, poder-se-á referir o exemplo de Itália, considerada como a terra dos distritos industriais por ter sido o primeiro país a utilizar com sucesso as ideias de Alfred Marshall na promoção do desenvolvimento regional, e o exemplo de Baden Wurtemberg, na Alemanha, que apesar de assentar na noção de distritos industriais marshalianos, difere do exemplo anterior por utilizar grandes empresas no relacionamento interfirmas, assemelhando-se à ideia de *cluster*.

A partir dos anos 80, estes aspectos ganham relevância perante a comunidade internacional, que se apercebe existirem regiões que não obstante o seu contexto pouco favorável ao crescimento, se destacam no cenário mundial. O Vale do Silício na Califórnia e a Terceira Itália, constituída pelas regiões de Emilia-Romana, Tuscany, Umbria, Marche e Veneto no norte de Itália, são exemplos perfeitos de regiões de agricultura familiar onde nasceram empresas de pequeno porte com vocação para a exportação.

Sustentadas por uma máquina industrial constituídas por essencialmente por micro e pequenas empresas, estes dois casos clássicos pareciam desmentir um enraizado argumento, em que dinamismo, modernização

tecnológica e concorrência nos mercados externos, seriam monopólio das grandes empresas. Por outro lado, os agudos conflitos sociais de outras experiências de progresso económico não pareciam caracterizar esses dois casos clássicos.

Na génese deste modelo de desenvolvimento, assenta a ideia central de que o território mais do que uma simples base física para as relações entre indivíduos e empresas, possui um tecido social e uma organização complexa constituída por laços dentro desse mesmo tecido social. Ricardo Abramovay afirma que *“Um território representa uma trama de relações com raízes históricas, configurações políticas e identidades que desempenham um papel ainda pouco conhecido no próprio desenvolvimento económico”* (ABRAMOVAY, 1999).

No que se refere especificamente à *Terceira Itália*, nas décadas de 70 e 80 algumas cidades italianas, destacaram-se no processo de desenvolvimento da região, pelo facto de apresentarem elevados índices de crescimento num período de grande recessão, em que as grandes empresas contraiam as suas produções e demitiam trabalhadores. Nesta altura, o desenvolvimento económico italiano caracterizava-se por dois aspectos:

- *Elevada taxa de crescimento do PIB* – Após a década de 80 Itália alcançou o quarto PIB europeu ultrapassando a Inglaterra e a França (Cid Olival Feitosa (2009) citando Best, (1990) e Apud Puga, (2000));
- *Dualismo entre o norte e o sul da Itália* - Aumento das desigualdades regionais, entre o norte industrializado, com grandes empresas e o sul com as suas pequenas empresas, que absorveram o excesso de mão-de-obra dos sectores mais avançados da economia.

No início da década de 70 entre o norte e o sul surge uma *Terceira Itália*, onde o crescimento das micro, pequenas e médias empresas foi estimulado pela formação de distritos industriais, estabelecendo um sistema de confiança e cooperação entre essas empresas.

Estas regiões, caracterizam-se pelo facto do seu desenvolvimento não assentar na descentralização da produção das grandes empresas, mas sim, através de laços económicos, sociais, políticos, culturais e históricos, que permitiram estruturas produtivas consideradas ineficientes passassem a ser eficientes nesse caso específico (Cid Olival Feitosa (2009) citando Becattini, (1987) e Apud Puga, (2000)).

No final dos anos 70, *economistas italianos* chamam a atenção para a noção Marshalliana de *distrito industrial*, ficando para os economistas em geral, no esquecimento durante décadas, discutindo-se antes, a competitividade das empresas e os processos de inovação à luz de conceitos como *redes, meios inovadores e efeitos de proximidades*. No entanto, em 1988 Arnaldo Bagnasco e Carlo Triglia publicam um estudo intitulado ***A construção social do mercado: o desafio da terceira Itália***, onde reforçam a ideia de que os mercados e ou territórios *são o resultado de formas específicas de interacção social, da capacidade dos indivíduos, das empresas e das organizações locais em promover ligações dinâmicas, capazes de valorizar seus*

conhecimentos, suas tradições e a confiança que foram capazes, historicamente, de construir (Referido por Ricardo Abramovay em "A Dimensão Territorial do Desenvolvimento").

Este termo¹, há muito que extrapolou as fronteiras do seu país de origem, representando segundo Ricardo Abramovay, *um conjunto variado de experiências de desenvolvimento que se caracterizam por três traços básicos:*

1. *Existência, num certo território, de um conjunto diversificado - mas ao mesmo tempo com um forte grau de interação - de empresas de porte familiar, isto é, onde a gestão, a propriedade e o essencial do trabalho vêm da família;*
2. *Ambiente de inovações e de troca de informações entre indivíduos e empresas, onde a colaboração é, no mínimo tão importante quanto a própria concorrência;*
3. *Integração entre empresas e indivíduos urbanos e rurais: na Itália em particular a tradição de agricultura familiar formou uma base de conhecimentos e de iniciativas fundamental para a formação de um espírito empresarial que explica a modalidade de industrialização hoje marcante em quase 40% do território italiano e que atinge várias outras regiões do mundo.*

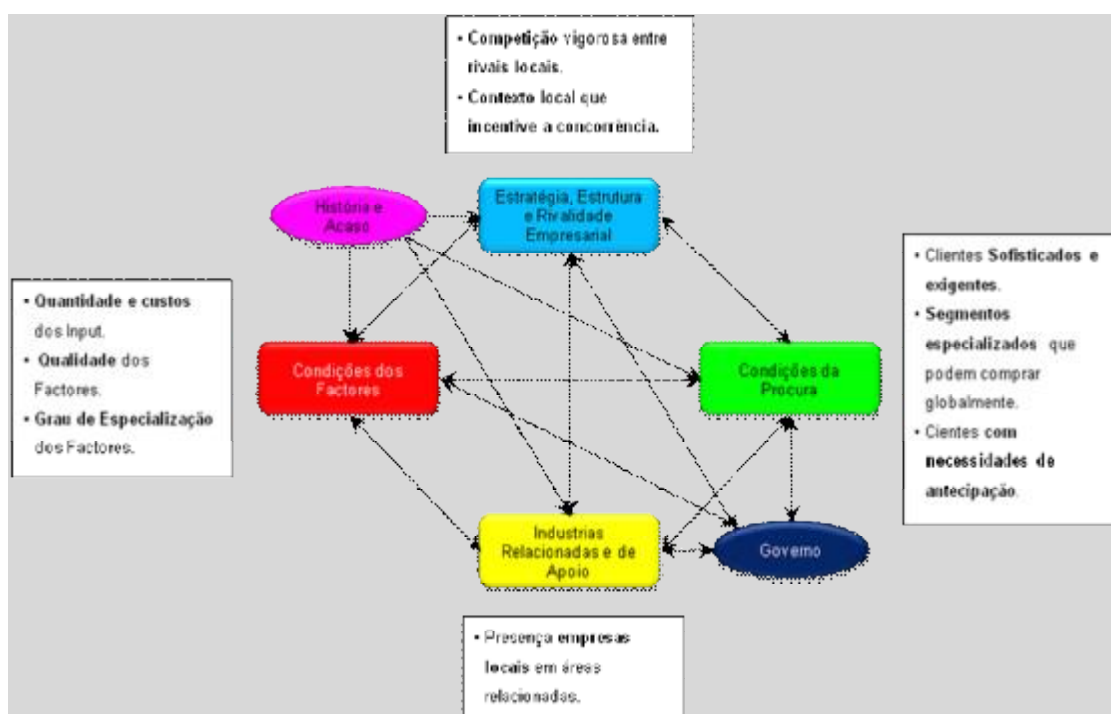
Ricardo Abramovay refere ainda citando Maillot, que existe uma componente territorial nos processos de criação de novos recursos, cuja expressão *meios inovadores* sintetiza, afirmando que "A empresa não é um agente inovador isolado. Ela é parte do meio que a faz agir. O passado dos territórios, sua organização, seus comportamentos colectivos, o consenso que os estrutura são componentes maiores da inovação. Portanto, os comportamentos inovadores não são nacionais, mas dependem de variáveis definidas no plano local ou regional" (Maillot, 1996:256). Logo, o que caracteriza os *meios inovadores* não serão os seus atributos naturais ou de localização, mas sim, a complexidade de seu tecido institucional, ou seja, o capital de relações existentes nas regiões.

Segundo Michael Storper, é importante assinalar que "...os sistemas produtivos mais dinâmicos - os que se caracterizam pelas inovações - não emergem de uma racionalidade universal abstracta, mas de racionalidades endógenas e diferenciadas de atores colectivos ligados uns aos outros por suas próprias convenções cuja base é frequentemente local" (Storper M., 1997). Nestes casos, independentemente dos resultados concretos atingidos, o importante foi o ambiente de cooperação entre empresas no sentido da troca de informações, preocupações com a formação dos colaboradores, **implantação dos serviços indispensáveis ao seu funcionamento e a qualidade de vida conseguida na região, que alimentaram todo o processo de desenvolvimento.** É interessante reflectir-se sobre o processo pelo qual a intensificação das relações sociais localizadas, permitiram valorizar territórios e construir comunidades modernas e desenvolvidas.

¹ Terceira Itália.

Modelo do Diamante de Porter

Trata-se de uma análise qualitativa que tem por base uma estratégia que consiste na análise das **vantagens competitivas** das empresas, regiões ou países junto dos mercados, é regulada por cinco forças competitivas (ameaça dos fornecedores; ameaça dos compradores; grau de rivalidade dos concorrentes; ameaça dos concorrentes potenciais; e ameaça dos produtos substitutos), através da avaliação de quatro critérios determinantes para se obter essa vantagem. São eles a Estratégia, Estrutura e Rivalidade das Empresas, as Condições dos Factores, as Condições da Procura e as Indústrias Correlacionas e de Apoio.



Fonte: Própria

Figura 1 : Modelo de Diamante de Porter

Condições dos factores

Os factores condicionantes da vantagem competitiva de uma empresa, região ou nação **dizem respeito à oferta de input's que uma indústria/região dispõe e que a torna mais forte na competição comercial. Passa pela qualidade e custos dos produtos e pela qualidade e grau de especialização dos factores.**

No início do século passado, o simples fato de uma nação/região possuir alguns factores de produção como terra, mão-de-obra em abundância e recursos naturais, era tida como detentora de uma vantagem estratégica superior. Hoje, essas condições embora necessárias não são suficientes no longo prazo, sendo imprescindível

acrescentar-lhes factores mais sofisticados, sustentáveis, especializados e dotados de pesados investimentos, de que são exemplo, a tecnologia avançada e a mão-de-obra altamente especializada e qualificada.

Condições de procura

Este determinante **traduz a importância da procura interna para o conhecimento das necessidades dos compradores ao nível mundial**. Para se ter ideia de sua importância, a procura interna pode revelar necessidades de inovação, que ao se reflectirem também nos concorrentes domésticos, podem ocasionar ondas de inovação por toda uma região, elevando assim, a competição para patamares mais elevados. **A exigência interna faz com que a competição entre rivais domésticos seja pautada por variáveis mais sofisticadas, originando que a inovação surja mais rapidamente, cujo resultado se traduzirá numa maior facilidade na penetração em mercados internacionais** (PORTER, 1991).

No entanto, para que a exigência interna seja elevada, será necessário que existam clientes sofisticados e exigentes, segmentos especializados que podem comprar globalmente e clientes com necessidades de antecipação.

Apesar da globalização do comércio, a procura interna pode constituir-se como uma ferramenta fundamental na condução das estratégias a serem empregues, pelo facto de poderem determinar a velocidade de antecipação das empresas às tendências globais.

Indústrias relacionadas e de apoio

Outro determinante do modelo de Porter é existência de empresas locais ou de apoio, cujos relacionamentos entre as empresas envolvem fornecedores e compradores, como forma de potenciar as vantagens competitivas das mesmas. Neste relacionamento, poderá transmitir-se informações de extrema relevância para a empresa, principalmente se estas forem competidoras globais.

Estratégia, estrutura e rivalidade das empresas

Por fim, o último determinante da vantagem competitiva revela o contexto em que a empresa deverá estar inserida.

A rivalidade empresarial pode e deve ser um estímulo na busca incessante de inovação das empresas locais, interferindo desta forma no estímulo e na especialização dos factores condicionantes e dos fornecedores, que por sua vez contribuirá para o progresso da procura interna.

É através da rivalidade local que os custos são reduzidos, a qualidade e os serviços melhorados, além de poder gerar novos produtos. Neste sentido, a rivalidade interna deverá ser vista como factor de competitividade das empresas/regiões, que contribui para o fortalecimento das indústrias, tornando-as menos dependente de políticas governamentais proteccionistas.

Conclui-se assim, que as vantagens competitivas das empresas resultam da competição vigorosa entre rivais locais, da existência de um contexto local que incentive a concorrência, da existência de uma procura interna sofisticada e exigente, da existência de empresas relacionadas e da qualidade e grau de especialização dos factores.

A região Hélice tripla

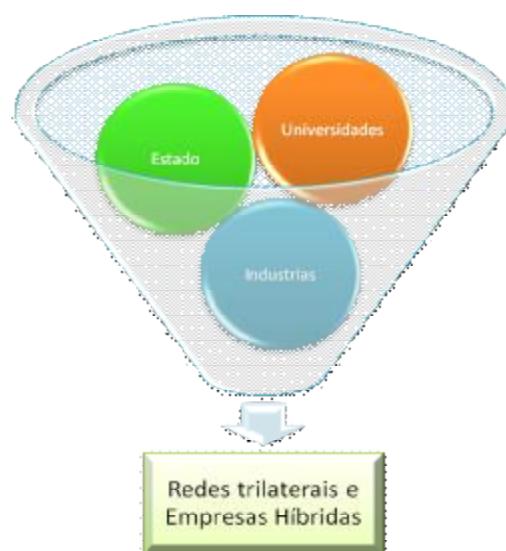
Num artigo de opinião o Professor Henry Etzkowitz observa esta relação num contexto regional afirmando que **as regiões estão deixando de ser vistas como uma área geográfica, cultural e industrial para se transformarem num espaço de inovação.**

A região hélice tripla é caracterizada pela presença de instituições de ciência e tecnologia e instrumentos de suporte, como fundos de investimento e organizações para promover o seu desenvolvimento. Estas empresas são criadas a partir de Universidades ou por iniciativas de alianças políticas, de negócios e académicas, de que são exemplos o *North Carolina's Research Triangle* nos EUA, o *Sophia Antipolis* em França ou *Linköping* na Suécia.

A base da teoria da hélice tripla assenta no papel transformador e potenciador das universidades empreendedoras na sociedade. Para tal, é condição necessária a presença de uma universidade empreendedora na região. Henry Etzkowitz advoga mesmo **de que a presença regional de uma universidade empreendedora é crucial para manter a capacidade de inovação através da criação de novas empresas (spin-offs).**

Nesta lógica, é crucial que as **universidades se tornem empreendedoras, evoluindo da sua missão académica original de conservação do conhecimento (educação), para incluir também a ideia de criação de conhecimento (pesquisa) e posteriormente a aplicação desse novo conhecimento (empreendedorismo e inovação), transformando-se também elas em factores de produção.**

Assim, poder-se-á afirmar que esta aliança fornece uma



Fonte: Própria

Figura 2 : Modelo da Hélice tripla

estrutura para que se possa pensar sobre a inovação regional em termos de interação entre os actores da hélice tripla, de forma a preencher os vazios de inovação de âmbito regional e promover o seu desenvolvimento.

Para se planear uma região há que ter em conta a presença ou não de estruturas formais ou informais de suporte à inovação. Para tal, fará ou não sentido para uma região criar novos mecanismos organizacionais, dependendo da existência ou não de um tecido empresarial forte e empreendedor e assim aferir da necessidade de criar estruturas formais de suporte, de que são exemplo as maternidades e incubadora de empresas, para que o desenvolvimento possa acontecer.

No caso da região em estudo (Alentejo), pensamos que existem carências na actividade económica baseada no conhecimento, pelo que pensamos ser útil a criação de incubadoras ou parques científicos em parcerias com as universidades da região.

Analisando a região à luz dos modelos de desenvolvimento anteriormente referidos, pensamos não reunir condições para assentar o seu desenvolvimento no modelo de diamante de Porter, mas poderá e deverá caminhar tempo por referência a Hélice Tripla, conciliando o tecido empresarial e as universidades já existentes na região.

A Inovação em si é um campo para a inovação (Henry Etzkowitz).

2. Reflexão sobre o Alentejo

2.1 Enquadramento Geográfico

O Alentejo localiza-se entre as margens do rio Tejo e as serras Algarvias, representa 1/3 de Portugal, abrange praticamente todo o Sul do país com excepção do Algarve e **possui um legado histórico e cultural muito vasto, relevado nas suas localidades antigas (Romanas) de Évora, Beja e Mértola.**

O Alentejo apresenta zonas com características diferentes, tais como, o Alto Alentejo húmido, com culturas de regadio em torno das vilas e cidades, o Vale do Sado que se pode comparar ao Ribatejo em ponto pequeno, menos rico e despovoado e o Alentejo Litoral com areias e beira-mar, humidade relativa elevada e com poli culturas.

A propriedade da terra sempre foi pertença de meia dúzia de senhores feudais (nobres, ordens religiosas e militares), a **indústria fraca e ligada à vida rural**, facto que em muito contribuiu para um significativo atraso no desenvolvimento da região.

Quanto ao relevo, caracteriza-se por ter **grandes extensões planas** (peneplanície clássica) e pouco dobradas, com **solos de espessura reduzida** (pouca matéria orgânica), **áridos e sem água**, 2/3 das quais, desérticos e incultos devido ao **predomínio de culturas de carácter extensivo**, com montes e cristas baixas e distantes entre si. Trata-se pois, de um **relevo arrasado**.

O revestimento vegetal que outrora fora mata atlântica, é hoje predominantemente de **matos rasteiros**, cuja **vegetação de maior porte são os montados de Sobro, Azinho e Olival**. As pequenas culturas e explorações familiares são quase inexistentes e **predominam grandes herdades** cujas áreas variam de 500 a 5000 ha. Economicamente é o montado que fornece o maior rendimento dos terrenos incultos.

Devido à necessidade de pousio da terra, favorece-se a criação e pastoreio de gado ovino e suíno (32% dos porcos e ovelhas do país), que por sua vês serve para estrumar e fertilizar esses mesmos solos.

Em termos agrícolas, o Alentejo oferece um **solo propício à prática da agricultura** devido ao relevo ser pouco acidentado, **predominando o cultivo de searas** (sequeiro) com parcelas de pousio de muitos anos e o olival. Refira-se o facto de terem sido os **extensos olivais** que ainda se destacam nas planícies, responsáveis pela dispersão de habitações vulgarmente conhecidas por “montes” por se localizarem geralmente no cimo de uma elevação, nos quais residiam os proprietários ou os caseiros das terras.

Inicialmente, os montes eram centros onde se guardavam as alaias agrícolas, com estábulos par o gado e outros animais. No entanto, no que respeita a sua dimensão, eram a residência permanente de trabalhadores do campo, de emigrantes sazonais vindos da zona das Beiras e do Algarve, que muitas das vezes os foram transformando em povoações rurais dispersas que se avistam umas às outras (quase que se podiam considerar aldeias).

Quanto ao **povoamento é pouco denso e disperso**, especialmente no interior. No início promoveu-se o povoamento disperso como forma de aumentar as culturas, o aumento da produção em detrimento das áreas cultivadas, o enriquecimento dos solos com rotações de culturas que fornecessem azoto à terra e a **criação de gado em pastoreio como forma de estrumar a terra**.

Relativamente ao clima, é caracterizado pela existência de **tonalidades mediterrâneas e continentais** em detrimento do clima tipicamente Atlântico, que caracteriza a maioria do território de Portugal Continental (essencialmente litoral norte). Estas características devem-se à inexistência de grandes relevos, que por sua vez influenciam a **fraca pluviosidade** (inferior a 600 mm) e as **elevadas amplitudes térmicas** existentes. No Verão, chega a ser sufocante.

Em tempos, como propostas para o desenvolvimento do Alentejo numa perspectiva agrícola, Orlando Ribeiro alertou para que se revisse o seguinte:

- Os fundamentos da concentração da propriedade nas mãos de senhores distantes.
- O sistema de **arrendamentos curtos**, que não dão garantias aos rendeiros e canção os solos.
- A **necessidade de multiplicação de represas** para assegurar a expansão do regadio.
- A mecanização das culturas e a utilização da mão-de-obra excedente nos meses sem trabalho para efectuarem benfeitorias.
- Parcelar as herdades onde a rega permita cultura intensiva e variada.
- Cuidar da nova arrumação das pessoas.

Em jeito de conclusão, poder-se-á afirmar que **o Alentejo vive hoje sérios problemas**, consequência de um ditar ao abandono por parte do poder central ao longo dos anos, que acentuou as **clivagens fortemente marcadas entre o litoral mais desenvolvido e o interior fortemente rural**.

Consequência desta ruralidade miserável, foi o abandono dos campos por parte destas gentes desprovidas daquilo que nunca tiveram, que carregando o nada emigraram para o litoral (especialmente para Setúbal e margem sul do Tejo) e para o estrangeiro em busca de um casamento feliz entre os sonhos e as soluções para as suas vidas, inexistentes localmente.

Reflexo das políticas de **não desenvolvimento**, é o **duplo envelhecimento na quase totalidade das populações das zonas rurais** e a alteração linguística dos *senhores feudais* que cada vez mais falam o Castelhana.

É este Alentejo, que por ter parado no tempo permanece hoje carregado de potencialidades para um desenvolvimento sustentável, baseado num turismo diversificado, como por exemplo, o Ecoturismo, de Natureza e Paisagem, o Enoturismo, Turismo Gastronómico, Turismo Rural, Sol Praia e Mar, etc. Refira-se também, a importância do Porto e do Pólo Industrial de Sines, da reconstrução do IP-8, da reconversão do Aeroporto de Beja e o Empreendimento do Alqueva serem factores estruturantes para o desenvolvimento da

região, pelo facto de potenciarem o aparecimento e a criação de novas empresas e assim contribuírem para o turismo de negócios.

“O Alentejo é isto: Seara, montado e uma solidão solene” RIBEIRO, O. (1991).

As cores são o castanho, o amarelo, o dourado e o branco das casas, o som o da cigarra e a imagem **“até os gados ficam imóveis”** RIBEIRO, O. (1991).

No sentido de melhor conhecermos a realidade actual da região, analisaremos de seguida alguns indicadores relativamente à população, económicos, educação, emprego, ambiente, redes, infra-estruturas e equipamentos.

2.2 Demografia

A estrutura etária consiste na distribuição da população em classes e grupos de idade.

Para uma boa planificação do desenvolvimento económico e social dos países e ou regiões, é fundamental conhecer-se muito bem a estrutura etária da sua população, pois permite o conhecimento das idades da população, as suas percentagens de jovens, activos e idosos e o peso entre cada um dos grupos funcionais.

Considera-se que uma determinada população é jovem quando 35% dos seus habitantes têm menos de 20 anos de idade e a população com 65 anos ou mais, não ultrapassa os 12%.

A estrutura etária da população é representada num gráfico que recebe o nome de “Pirâmide Etária”. Neste gráfico, o quantitativo populacional é dividido por idades e sexos. Assim, ao observarmos uma pirâmide etária, podemos constatar a realidade sócio económica de um país, região, etc.

No que se refere à realidade portuguesa, é nas regiões do interior que mais se verificam características idênticas às dos países em vias de desenvolvimento, normalmente associadas a factores sociais, culturais e religiosos.

Relativamente ao Alentejo, com uma população de 760 933 (INE, 2007), apresenta um decréscimo de 0,36% relativamente a 2001 (766 529). A densidade demográfica ronda os 24,5 hab/km², que contrasta com o valor nacional de 112,3 hab/km² (INE, 2001).

Grupos Etários

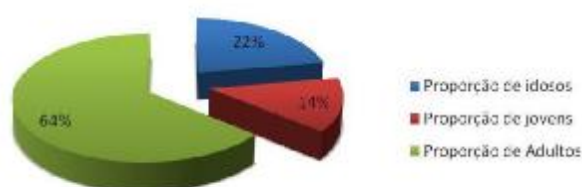


Figura 3 : Grupos Etários

Grupos Etários (%)			
Unid. Geog.	0 - 15	16 - 65	> 65
Portugal	16,0	67,7	16,3
Alentejo	13,7	64,0	22,3

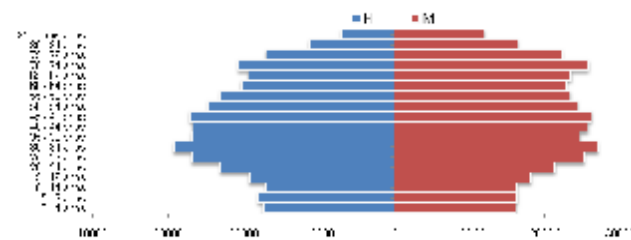
Fonte: INE, censos 2001

Quadro 1: Grupos Etários

Relativamente aos grupos etários, o Alentejo apresenta contrastes significativos se comparados os seus valores com os totais nacionais. Assim, **verifica-se uma fraca classe nos jovens com valores abaixo da média nacional (13,7% e 16% respectivamente) e forte nos idosos (22,3% e 16,3% respectivamente)**, que nos indica tratar-se de uma população envelhecida, consequência sem dúvida, dos movimentos migratórios para outras regiões urbanas, nacionais e estrangeiras.

Com uma taxa natalidade de 8,9‰, também este indicador abaixo do valor Nacional (11‰) e uma população idosa (22,3%) muito superior ao valor nacional, **conclui-se, tratar-se de uma região que se encontra duplamente envelhecida (Base e topo).**

Analisando a pirâmide etária da região, verifica-se existir uma distribuição equitativa entre sexos com excepção dos idosos, que apresenta valores superiores no sexo feminino. Constata-se também, a existência de classes ocas até aos 29 anos, facto que poderá ser atribuído à diminuição da taxa de natalidade e dos 65 aos 69 anos devido à instabilidade socioeconómica resultante da 2ª Guerra Mundial.



Fonte: INE, censos 2001

Figura 4 : Pirâmide etária da Região do Alentejo em 2007

Ao analisarmos os indicadores da População entre 1991 e 2001, constata-se que **a tendência de crescimento na região (-0,7%) é contrária à do país (5%)**, influência de uma fraca imigração e do envelhecimento na base da pirâmide (fraca classe de jovens) da região. Analisando **as sub-regiões, verifica-se ter existido crescimento positivo com alguma expressão nas regiões mais densamente povoadas (Alentejo Litoral 1,5%, Alentejo Central 0,3% e Lezíria do Tejo 3,4%)** ou com maiores centros urbanos, mais desenvolvidos, com melhores acessibilidades e mais centrais. No caso do Alentejo Central, poderão ter sido os pólos universitários, os responsáveis por este pequeno crescimento da população.

População residente

NUT	Unid. Geográfica	2001	1991	T.Var. (%)
	Portugal	10 356 117	9 867 147	5,0
II		776 585	782 331	-0,7
	Alentejo Litoral	99 976	98 519	1,5
	Alto Alentejo	127 026	134 607	-5,6
III		173 646	173 216	0,3
	Alentejo Central	173 646	173 216	0,3
	Baixo Alentejo	135 105	143 020	-5,5
	Lezíria do Tejo	240 832	232 969	3,4

Fonte: INE, censos 1991 e 2001

Quadro 2: População residente



Fonte: INE, censos 2001

Figura 5 : Densidade alojamentos

No mapa da figura 5, constata-se o que anteriormente referimos, ou seja, uma **maior concentração de populações no Litoral (mais urbano e desenvolvido) e nos centros urbanos com maior centralidade.**

No quadro seguinte temos a comparação de alguns indicadores de população, que nos permitem analisar a região relativamente aos valores nacionais. Assim, constata-se que **a dependência de idosos é muito elevada (34,9%), a de jovens muito baixa (21,5%), resultando numa dependência total (jovens mais idosos) de 56,4%, superior em 8,6% relativamente ao valor nacional.**

Indicadores demográficos - 2001			
Indicadores	Portugal	Alentejo	Diferença
Índice de dependência Total (%)	47,8	56,4	8,6
Índice de dependência Jovens (%)	23,6	21,5	-2,1
Índice de dependência Idosos (%)	24,2	34,9	10,7
Relação de masculinidade	93,4	95,5	2,1
Saldo natural	7682	-3618	-
Taxa de natalidade (‰)	11	8,9	-2,1
Taxa de mortalidade (‰)	10,2	13,6	3,4
Índice de longevidade (N.º)	41,9	43,5	1,6
Índice de renovação da pop. em idade activa (N.º)	142,6	116,9	-25,7
Índice sintético de fecundidade (N.º)	1,5	1,4	-0,1

Fonte: INE, censos 2001

Quadro 3: Indicadores demográficos (%)

Ao analisar-mos os dados do quadro 3, destaca-se o facto do **saldo natural ser negativo (-3 618)**, justificado pela baixa taxa de natalidade (8,9‰) e elevada taxa de mortalidade (13,6‰), o índice de renovação da população em idade activa, que embora positivo (116,9) é bastante inferior ao valor nacional (142,6), mostrando-nos a relação existente entre a população que potencialmente está a entrar (20 / 29 anos) e a que está a sair do mercado de trabalho (entre os 55 e os 64 anos). Relativamente ao **índice sintético de fecundidade**, verifica-se que a região **mantém a tendência nacional** (nacional 1,5 filhos) com 1,4 filhos por mulher em idade fértil.

Em síntese, constata-se que o Alentejo se encontra duplamente envelhecido.

2.3 Educação

Relativamente ao grau de escolaridade da população, embora baixo, verifica-se existir **um crescimento positivo**. Responsável por este crescimento, refira-se os efeitos e a influência do aparecimento de Escolas Superiores na Região, que em muito têm contribuído para o desenvolvimento económico e até mesmo populacional.

No que respeita à **taxa de analfabetismo, a região apresenta em 2001 uma melhoria significativa com uma recuperação de 4,39% relativamente a 1991**, destacando-se pela negativa o facto de manter o valor mais elevado (15,86%) de todas as regiões (NUT II). No entanto, **é de salientar a forma evidente como a região tem conseguido inverter a situação (20,25% nos censos 1991)**.

Taxa de analfabetismo (%)				
NUT	Unid. Geográfica	1991	2001	Diferença
	Portugal	11,01	9,03	-1,98
	Norte	9,94	8,34	-1,6
	Centro	13,98	10,91	-3,07
II	Lisboa	6,19	5,73	-0,46
	Alentejo	20,25	15,86	-4,39
	Algarve	14,23	10,43	-3,8

Fonte: INE, censos 2001

Quadro 4: Taxa de analfabetismo (%)

Quanto ao **grau de escolaridade, constata-se que o Alentejo tem o valor mais elevado de população sem escolaridade (19,8%)**, que acompanhou a tendência nacional dobrando os valores referentes ao ensino Secundário (7,2% -> 14,2%) e apresenta o valor relativo mais baixo de população com ensino Superior (7,8%). No entanto, refira-se o facto dos valores ganhos no ensino Secundário serem idênticos aos perdidos no ensino Básico, o que poderá reflectir maior literacia. Este aumento poderá estar relacionado com o

aumento do número de anos do ensino obrigatório (9º ano) e com a necessidade de maior literacia para melhor enfrentar o mercado de trabalho. O mesmo poderá ter acontecido com os valores perdidos no ensino Médio, para o ensino Superior, análise que não podemos fazer por inexistência de dados relativamente ao ensino Superior em 1991.

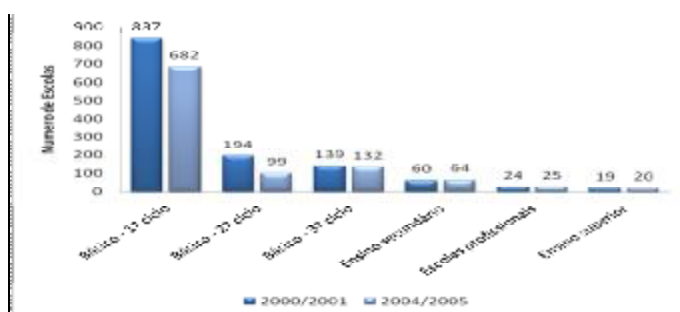
No entanto, encontrando-se a região no bom caminho, **estes valores são preocupantes tendo em conta a influência crucial das habilitações literárias na qualificação para o mercado de trabalho e consequente desenvolvimento económico da região.**

		Grau de escolaridade (%)					
Grau		Portugal	Norte	Centro	Lisboa	Alentejo	Algarve
Nenhum	1991	-	-	-	-	-	-
	2001	14,2	14,0	15,5	11,6	19,8	14,9
	T. var.	-	-	-	-	-	-
Básico	1991	67,3	70,9	68,0	63,0	63,7	65,9
	2001	58,3	63,5	60,9	49,3	57,7	57,1
	T. var.	-9,0	-7,5	-7,1	-13,7	-6,0	-8,8
Secundário	1991	8,8	6,7	7,2	13,5	7,2	9,4
	2001	15,8	13,0	13,8	21,5	14,2	18,0
	T. var.	7,0	6,4	6,7	8,0	7,1	8,6
Médio	1991	1,4	1,3	1,2	2,0	1,1	1,2
	2001	0,8	0,6	0,6	1,3	0,5	0,7
	T. var.	-0,7	-0,7	-0,6	-0,7	-0,6	-0,5
Superior	1991	-	-	-	-	-	-
	2001	10,9	8,9	9,2	16,3	7,8	9,2
	T. var.	-	-	-	-	-	-

Fonte: INE, censos 1991 e 2001

Quadro 5: Grau de escolaridade (%)

O gráfico da figura 6 permite-nos reforçar a ideia da falta de crianças e adolescentes na região, facto que poderá ter levado ao encerramento do número de escolas em todos os ciclos do ensino Básico. Por outro lado, o já referido aumento da literacia, terá motivado a criação de novas escolas nos ensinos Secundário (mais 4), Profissional (mais 1) e Superior (mais1).



Fonte: INE, censos 2001

Figura 6 : Número de escolas na região Alentejo nos anos lectivos 00/01 e 04/05

2.4 Redes, Infra-estruturas e Equipamentos

Redes e Infra-estruturas domésticas

A nível de **redes de uso doméstico**, o **Alentejo**, apresenta uma **razoável cobertura**, ou seja, a quase totalidade do seu território.

Ao analisarmos o quadro 8, constata-se que o **abastecimento de água apresenta valores próximo de 100% (superiores a 95% com excepção do Alentejo Litoral com 90%)**, o mesmo acontecendo com a **recolha de resíduos sólidos urbanos**. A drenagem e tratamento de águas residuais, os valores são mais modestos, razão que se poderá atribuir ao facto das povoações serem dispersas entre si (pequenos montes e aldeias isolados). Ao nível das comunicações por cabo (internet e TV cabo), com excepção rede telefone que abrange a quase totalidade da região, encontra-se mal servida, essencialmente nas zonas não urbanas, não existindo estes serviços praticamente em nenhuma das freguesias da região, com excepção das existentes por via de satélite (INE 2002). Quanto à distribuição/postos de correio, existe uma eficaz implementação ao nível do Alentejo.

NUT	Unidade Geográfica	Abastecimento de água	Drenagem de águas residuais	ETAR	Recolha de resíduos sólidos
		2005	2005	2005	2005
	Portugal	-	-	64	-
II	Alentejo	95	86	72	100
	Alentejo Litoral	90	81	70	100
	Alto Alentejo	97	91	76	100
III	Alentejo Central	95	91	66	100
	Baixo Alentejo	96	89	84	100
	Lezíria do Tejo	99	78	63	100

Fonte: INE, 2005

Quadro 8: Infra-estruturas Básicas

Mobilidade e transportes

Rodoviária

O Alentejo, apresenta dois eixos principais no seu atravessamento Norte – Sul (A2 e A13) e dois Oeste – Este (A6 e IP8), sendo que a A6 liga Lisboa e Setúbal a Elvas e Badajoz e a IP8 (em reconversão) Sines a Vila Verde de Ficalho e Rosal de la Frontera. Internamente, encontra-se bem servida pelos seguintes itinerários principais (IP) que interligam as principais cidades e vilas da região, permitindo assim um rápido acesso entre elas:

A2 – Ligação de Lisboa ao Algarve – serve Alcácer do Sal, Grândola, Mimosa e Ourique e liga com a IP 8 até Sines ou Beja/Espanha.

A6 – Ligação da Marateca (A2) a Elvas/Espanha – serve Montemor-o-Novo, Évora, Estremoz e Elvas.

A13 – Ligação da Marateca (A2) a Santarém (A1).

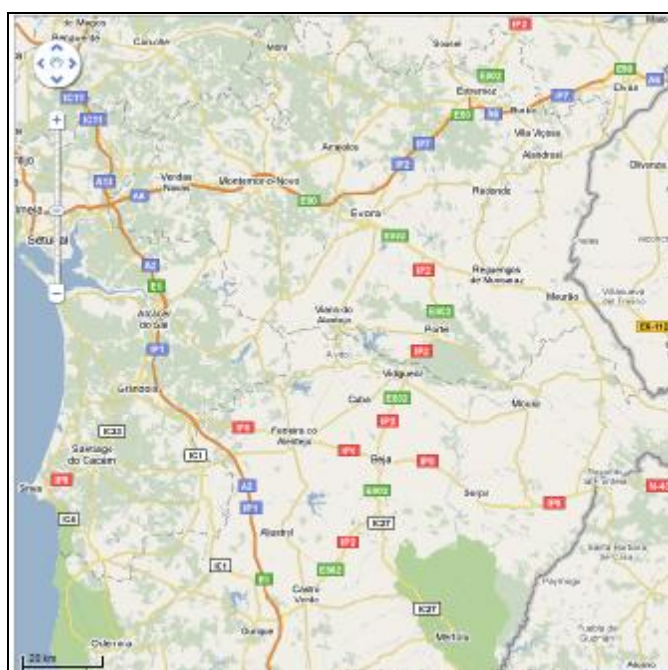
A23 - Ligação de Torres Novas (A1) a Niza – serve Abrantes, Gavião e Niza.

IP8 – Ligação de Sines a Beja/Espanha – serve Ferreira do Alentejo, Beja e Serpa.

IP2 – Ligação de Niza (A23) a Ourique – serve Portalegre, Estremoz, Évora, Portel, Vidigueira, Beja, Castro Verde e Ourique.

Complementarmente, o Alentejo é servido internamente por uma rede itinerários complementares (IC), estradas Nacionais, Municipais e Regionais, que não as pormenorizamos por não ser relevante, dada a escala análise.

Assim, poder-se-á assumir que o Alentejo possui boas ligações entre as principais cidades e vilas da região, a capital (Lisboa) e as principais cidades do país (Porto, Faro, Coimbra, Leiria e Braga). Refira-se ainda, a boa acessibilidade à Europa, por via dos principais eixos rodoviários nacionais.



Fonte: www.maps.google.pt

Figura 8 : Principais eixos rodoviários no Alentejo

porto na fachada Ibero - atlântica, e as características geofísicas dão-lhe estatuto de activo estratégico nacional. É a principal porta de entrada para o abastecimento energético do país (petróleo e derivados, carvão e gás natural) mas também um porto de carga geral ou em contentores, com características que lhe podem valer um reconhecimento mundial.



Fonte: CM Sines

Figura 10 : Porto de Sines

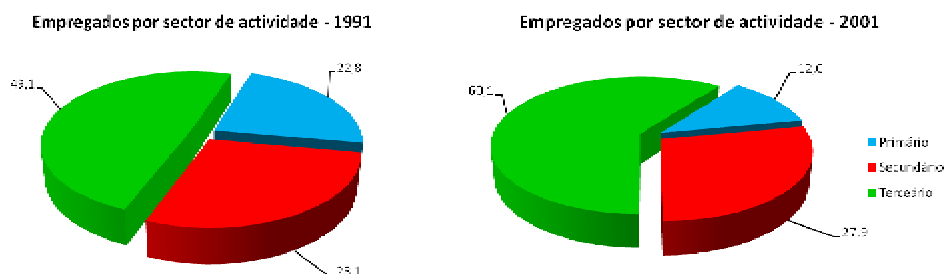
2.5 Caracterização económica

O Alentejo tem carregado consigo a miragem e o anseio dos grandes projectos de desenvolvimento. Inicialmente a extracção mineira com as pirites alentejanas, seguido do complexo de Sines, barragem do Alqueva e agora o aeroporto de Beja, muitos têm sido os sonhos relativamente à transformação da realidade sócio económica desta região, que tudo condicionou e dos quais tudo se esperava. O desejável, era que de projectos passassem à realidade, o que só agora tem vindo a acontecer.

No entanto, são já muitos os anos acumulados de ausência de projectos estruturantes para a região, facto que a colocou com um significativo atraso relativamente às restantes regiões do país. Por estas razões, o Alentejo tem vivido anos difíceis, com graves carências económicas, que por sua vês induziram graves problemas sociais. Os casos de fome registados nos anos 90 e as migrações ao longo da segunda metade do século XX (Setúbal, margem sul do Tejo, Algarve e Europa), espelham e testemunham esta realidade.

Se por um lado a existência de grandes propriedades (latifúndio) favorecia a mecanização da agricultura e consequentemente contribuía para o desenvolvimento do país, por outro, o facto de serem detidas por meia dúzia de *senhores ausentes*, distorceu e desequilibrou as regras do mercado de trabalho, em detrimento das populações, empobrecendo-as. É esta a imagem do Alentejo real das últimas décadas.

Ao analisarmos os sectores de actividade relativamente ao emprego, verifica-se que o Alentejo segue a mesma tendência das outras regiões (NUT II) do país, com **uma transferência do sector Primário (-10,8%) para o Terciário (11%)**.



Fonte: INE

Figura 11 : População - empregados por sector de actividade em 1991 e 2001

Se comparados os seus valores com as outras regiões e a média nacional, constata-se que o **Alentejo apresenta valores superiores ao dobro das outras regiões do país no sector Primário**, no Secundário valores inferiores aos da região Norte, Centro e média nacional e idênticos a Lisboa e Algarve e no Terciário, valores superiores à região Norte e Centro, idênticos à média nacional e inferiores a Lisboa e Algarve.

População empregada por sector de actividade em 1991 e 2001

NUT	Unidade Territorial	Primário			Secundário			Terciário		
		1991	2001	Taxa Variação	1991	2001	Taxa Variação	1991	2001	Taxa Variação
I	Continente	10,5	4,8	-5,7	38,5	35,5	-2,9	51,1	59,7	8,6
II	Norte	10,6	4,8	-5,8	49,4	45,8	-3,6	40,0	49,5	9,5
	Centro	16,6	6,8	-9,8	38,8	38,1	-0,7	44,6	55,1	10,5
	Lisboa	1,7	1,1	-0,6	28,3	24,1	-4,2	70,0	74,8	4,8
	Algarve	13,5	6,1	-7,4	22,0	22,5	0,4	64,4	71,4	7,0
	Alentejo	22,8	12,0	-10,8	28,1	27,9	-0,2	49,1	60,1	11,0
III	Alentejo Litoral	27,0	14,7	-12,3	28,2	27,8	-0,4	44,8	57,6	12,7
	Alto Alentejo	21,3	11,0	-10,3	24,8	25,2	0,5	54,0	63,8	9,8
	Alentejo Central	21,6	12,0	-9,6	27,9	27,9	-0,0	50,4	60,1	9,7
	Baixo Alentejo	24,8	14,9	-9,9	22,3	22,7	0,4	52,9	62,4	9,5
	Lezíria do Tejo	21,8	7,3	-14,5	32,7	32,7	0,0	45,4	60,0	14,5

Fonte: INE

Quadro 9: População empregada por sector de actividade em 1991 e 2001

Relativamente ao emprego, também aqui se verifica a mesma tendência das outras regiões (NUT II) do país, no sentido do reequilíbrio do emprego quanto ao género, embora se mantenha a região com maior assimetria (H = 58,3% e M = 41,7%). Refira-se no entanto, o facto de o Alentejo ter sido a região que mais se homogeneizou (7,2%).

Empregados por género em 1991 e 2001

NUT	Unidade Territorial	Homens			Mulheres		
		1991	2001	Taxa Variação	1991	2001	Taxa Variação
I	Continente	59,7	55,7	-4,0	40,3	44,3	4,0
II	Norte	58,9	56,5	-2,4	41,1	43,5	2,4
	Centro	61,8	57,1	-4,7	38,2	42,9	4,7
	Lisboa	57,2	52,8	-4,4	42,8	47,2	4,4
	Algarve	62,6	56,9	-5,8	37,4	43,1	5,8
	Alentejo	65,5	58,3	-7,2	34,5	41,7	7,2
III	Alentejo Litoral	67,9	60,2	-7,7	32,1	39,8	7,7
	Alto Alentejo	66,0	58,1	-8,0	34,0	41,9	8,0
	Alentejo Central	64,1	56,8	-7,4	35,9	43,2	7,4
	Baixo Alentejo	70,2	61,2	-9,0	29,8	38,8	9,0
	Lezíria do Tejo	63,0	57,3	-5,7	37,0	42,7	5,7

Fonte: INE

Quadro 10 : Empregados por género em 1991 e 2001

Quanto à estrutura do **tecido empresarial**, a região possui essencialmente **empresas de micro dimensão**, tendência que se tem reforçado ao longo dos anos. Analisando-se as actividades relativamente ao seu peso na criação de empregos na região, verifica-se terem maior expressão a *construção de edifícios* com 9,9%, seguido da *produção agrícola e animal* com 5,6% e a agricultura com 4,2%.

Sectores de maior relevância na empregabilidade da região Alentejo

Designação Sectorial	CAE	Peso na estrutura do emprego regional	Quociente de Localização
Produção agrícola e animal associadas	1300	5,6%	13,6
Extracção de mármore e rochas similares	14111	1,4%	13,6
Agricultura	1100	4,2%	9,8
Fabricação de componentes electrónicos	32100	1,7%	5,7
Actividades de Acção Social	85300	1,2%	3,4
Fabricação de artigos de mármore e rochas similares	26701	1,1%	3
Acção Social para Pessoas Idosas, com Alojamento	85313	1,4%	2,7
Comércio a retalho em outros Estabelecimentos não Especializados, com Predominância de Produtos Alimentares, Bebidas ou Tabaco, n. e.	52112	1,1%	2,2
Panificação	15811	1,6%	1,8
Acção Social para a Infância e Juventude, sem Alojamento	85321	1,2%	1,7
Manutenção e Reparação de Veículos Automóveis	50200	1,8%	1,4
Construção de edifícios	45211	9,9%	1,3
Restaurantes, n. e.	55306	1,1%	1,2
Actividades de mecânica geral	28520	1,2%	1,1
Restaurantes de Tipo Tradicional	55301	1,3%	1,1
Comércio de Veículos Automóveis	50100	1,3%	1

Fonte: Elaborado pela equipa de projecto, com base em dados dos Quadros de Pessoal, 2001.

Quadro 11: Sectores de maior relevância na empregabilidade da região Alentejo

Agricultura

Sector de actividade com relevância e tradição no Alentejo, dotado de potencialidades a nível físico (solos finos mas de boa qualidade), **potenciado com a implementação do regadio (albufeira do Alqueva)**, são factores importantes para o desenvolvimento da região.

Relativamente à base produtiva da região, apesar de ser o que menos contribui para a geração de emprego na região representando apenas cerca de 12%, **continua a ter enorme relevância e um importante papel na economia alentejana, empregando parte significativa da sua população activa.** **Note-se que a agricultura sempre foi e continua a ser, um dos meios de subsistência dos habitantes, essencialmente nos meios rurais da região.** No entanto, apesar da importância deste sector de actividade, só 46,1% do solo é utilizado.

Possui um **padrão tecnológico relativamente avançado, que se traduz no elevado grau de mecanização das culturas**, sendo este o principal factor de inovação na produção de cereais. **A produção vegetal, assenta no cultivo no trigo, na cevada, aveia, girassol, milho e azeitona no interior, frutícolas e hortícolas no litoral e arroz no litoral (Alcácer do Sal) e Lezíria do Tejo.** No entanto, a produção de cereais encontra-se desde há muito generalizada a todos os terrenos de cultivo, nomeadamente sob olival ou sob montados de sobre e azinho.

No cultivo do milho, os avanços tecnológicos têm sido significativos e vão desde o melhoramento genético das plantas ao desenvolvimento de equipamentos de rega mais eficientes na utilização da água ou de métodos de secagem mais adequados. Uma das finalidades possíveis a dar à produção de milho, neste momento ainda em estudo, poderá ser a produção de combustíveis alternativos (bio-etanol). Actualmente, **o Alentejo, atinge produtividades acima das 12 toneladas por hectare.** No entanto, e apesar de a

produtividade ser elevada, mesmo face a padrões internacionais, a competitividade da cultura está sobretudo dependente do custo da água e da energia para o funcionamento dos equipamentos de rega e de secagem.

No caso do **trigo**, que tradicionalmente é feito em regime de sequeiro, **as produtividades raramente ultrapassam as 4 toneladas por hectare**, podendo considerar-se baixas quando comparadas com outras regiões da UE que registam o dobro desse valor.

Relativamente à cultura **arvense** de sequeiro, esta reparte-se pelas seguintes espécies: trigo, aveia e cevada, sendo o trigo a mais importante. Entre outras culturas arvenses destacam-se as oleaginosas e leguminosas, tais como, grão-de-bico, fava e tremço. Na **silvicultura**, o azinho, o sobreiro e o eucalipto, **nas arborícolas, o olival e a vinha, representam a maior extensão de solo agrícola e estão na origem de relevantes rendimentos agrícolas na região.**

No que respeita às culturas de **regadio**, estas apontam para valores muito pouco significativos. Ressalve-se no entanto a construção do Empreendimento de Fins Múltiplos do Alqueva, que se prevê venha a alterar este cenário.

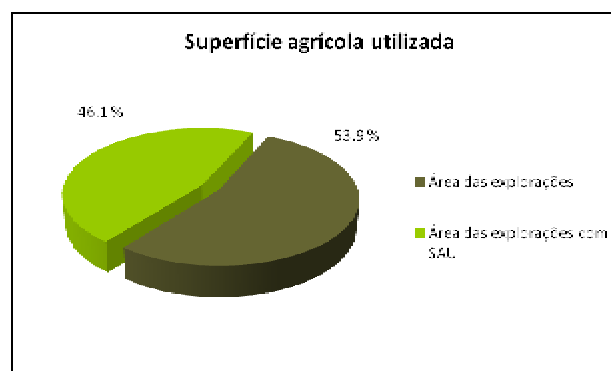
Produção de vinho e azeite

NUT	Unidade Geográfica	Vinho (hl)			Azeite (hl)		
		1998	2005	T. Variação	1999	2005	T. Variação
II	Alentejo	762 531.0	1 339 181.2	27.4	133 316.0	104 750.0	- 12.0
	Alentejo Litoral	3 201.0	6 686.4	35.3	3 242.0	3 116.0	- 2.0
	Alto Alentejo	6 852.0	50 488.9	76.1	29 972.0	26 634.0	- 5.9
III	Alentejo Central	183 407.0	539 593.4	49.3	31 484.0	21 560.0	- 18.7
	Baixo Alentejo	50 479.0	103 012.4	34.2	51 918.0	41 792.0	- 10.8
	Lezíria do Tejo	518 592.0	639 400.1	10.4	16 701.0	11 649.0	- 17.8

Fonte: INE

Quadro 12: Produção de vinho e azeite por regiões (NUT III)

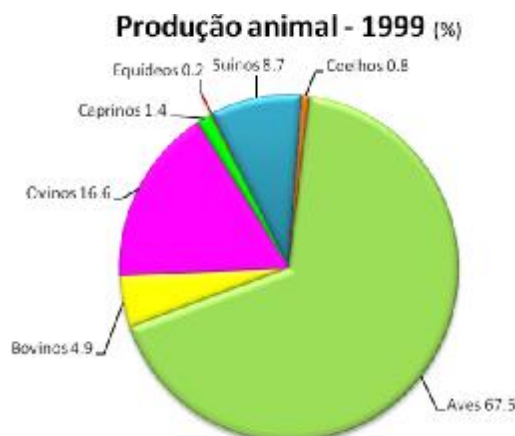
Quanto à produção **animal**, a região tem uma forte expressão na produção de aves com cerca de **67,5%** (Lezíria do Tejo e Alentejo Litoral), ovinos com cerca de 16,6% (Alto Alentejo, Alentejo Central e Baixo Alentejo), suínos 8,7% (Alentejo Central) e bovinos 4,9% (Alto Alentejo, Alentejo Central e Baixo Alentejo) e na produção **florestal**, o pinheiro manso e o sobreiro mais no litoral e a azinheira no interior. **A vitivinicultura tem tido um grande incremento, quer na produção (1998 – 762 531hl e 2005 – 1 339 181,2hl), quer na qualidade dos vinhos produzidos**



Fonte: INE

Figura 12 : Superfície agrícola utilizada (SAU) em 1999

em detrimento da produção de azeite.



Fonte: INE

Figura 13 : Produção animal em 1999

Produção animal em 1999 por regiões (%)

	Bovinos	Ovinos	Caprinos	Equídeos	Suínos	Coelhos	Aves
Alentejo Litoral	3.6	9.8	0.9	0.1	8.5	0.5	76.5
Alto Alentejo	16.0	53.1	5.3	0.6	6.8	3.8	14.4
Alentejo Central	12.1	37.7	2.8	0.3	16.3	0.4	30.5
Baixo Alentejo	8.2	51.7	3.7	0.3	7.8	0.4	27.9
Lezíria do Tejo	1.3	1.5	0.3	0.1	7.2	0.7	88.9

Fonte: INE

Quadro 13: Produção animal em 1999 por regiões (NUT III)

Indústria e transformação

Representando cerca de 27,9% do emprego na região, tem como principais entraves ao seu desenvolvimento, por um lado a sua localização no contexto nacional e por outro, o fraco investimento a nível regional.

Relativamente ao volume de vendas das empresas, constata-se **que a região tem vindo a ganhar alguma importância nos últimos anos**, com ganhos na *Indústria Extractiva, Produção e Distribuição de Electricidade, Gás e Água e Construção*, e percas na *Indústria Transformadora*.

Volume de vendas da Indústria e transformação em 2001 e 2004 (%)

NUT	Unidade Territorial	Indústrias extractivas			Indústrias transformadoras			Produção e distribuição de electricidade, gás e água			Construção		
		2001	2004	T.Var.	2001	2004	T.Var.	2001	2004	T.Var.	2001	2004	T.Var.
I	Continente	1,0	0,9	-0,1	68,0	64,2	-3,8	9,1	9,0	-0,0	21,9	25,8	3,9
	Norte	0,9	0,7	-0,2	77,5	72,4	-5,1	0,8	1,3	0,4	20,8	25,7	4,9
	Centro	1,8	1,6	-0,2	75,7	73,1	-2,7	2,2	2,5	0,3	20,2	22,8	2,6
II	Lisboa	0,3	0,3	-0,1	58,0	53,9	-4,1	18,4	18,9	0,5	23,3	26,9	3,7
	Algarve	3,8	1,7	-2,1	28,2	32,7	4,6	2,5	2,0	-0,5	65,5	63,6	-1,9
	Alentejo	4,9	6,1	1,2	82,8	78,8	-4,0	0,9	1,2	0,3	11,5	14,0	2,5
	Alentejo Litoral	1,1	0,5	-0,6	81,9	82,9	1,0	5,6	5,9	0,3	11,5	10,8	-0,7
	Alto Alentejo	...	0,5	-	...	86,2	-	...	0,4	-	...	12,8	-
III	Alentejo Central	...	3,5	-	...	79,8	-	...	0,0	-	...	16,7	-
	Baixo Alentejo	...	53,0	-	...	29,9	-	...	1,5	-	...	15,6	-
	Lezíria do Tejo	2,7	3,0	0,3	86,9	82,8	-4,1	0,1	0,1	-0,1	10,3	14,2	3,9

Fonte: INE

Quadro 14: Volume de vendas da Indústria e transformação em 2001 e 2004 (%)

Analisando os valores regionais relativamente aos nacionais, constata-se que a **indústria extractiva** apresentando valores cerca de 6 vezes superiores à média nacional e das outras regiões, percebendo-se ser esta região a de maior potencial extractivo do País. Dentro da região, é o Baixo Alentejo que apresenta maior expressão neste tipo de actividade com 53%, sendo a principal matéria-prima extraída os mármore e as pirites.

Relativamente à **transformação**, sendo este tipo de indústria o que maior peso tem na região com 78,8%, acompanha a tendência nacional e das outras regiões na perda de importância (-4%) e mantém uma expressão regional superior à importância no país, bem como nas outras regiões. Dentro da região este tipo de indústria assume grande relevância em todas sub regiões, com excepção para o Baixo Alentejo. Quanto às principais matérias-primas transformadas, refira-se as **Agro-indústrias, com o tomate na Lezíria do Tejo, carnes e enchidos no Alto Alentejo e Alentejo Central**.

No que se refere à **produção e distribuição de electricidade, gás e água**, verifica-se que a expressão regional é idêntica às regiões Norte, Centro e Algarve (entre 1,2 e 2,5%) e bastante inferior a Lisboa (18,4%), que sendo a capital e tendo esta cerca de metade da população nacional, influencia fortemente a média no continente (9%). Endogenamente, este tipo de indústria assume maior expressão no Alentejo Litoral com 5,9%, cujas razões se ficam a dever a uma maior produção de energia eólica, produção de gás em Sines e maior distribuição de electricidade, gás e água no litoral mais populoso e desenvolvido em detrimento do interior mais rural. Refira-se ainda, a tendência de crescimento, ainda que baixa, de 0,3% entre 2001 e 2004.

Finalmente, na indústria da **construção** o Alentejo apresenta valores bastante inferiores às outras regiões e ao país, embora com um crescimento de 2,5%, distribuído uniformemente por todas as sub-regiões (entre 10,8% e 16,7%).

Em jeito de conclusão, constata-se que a litoralização é a imagem perfeita para ver o fracasso da industrialização do interior, onde apesar de poucas unidades são de pequena dimensão.

Comércio e serviços

Este sector tem desempenhado um papel importantíssimo no desenvolvimento económico da região, existindo hoje empresas e instituições que asseguram uma prestação de serviços rápidos e eficientes. Representa cerca de 60,1% (censos 2001) da empregabilidade total da população activa, sendo deste modo o sector terciário o que mais contribui para a criação de emprego.

Volume de vendas do Comércio e Serviços em 2001 e 2004 (%)

N U T	Unidade Geográfica	Comércio por grosso e a retalho			Alojamento e restauração			Transportes, armazenagem e comunicações			Actividades financeiras			Activ. imobiliárias, alugueres e serviços prestados às empresas			Adm. pública, defesa e seg. social obrig., educação, saúde e acção social e outras		
		2001	2004	T.Var.	2001	2004	T.Var.	2001	2004	T.Var.	2001	2004	T.Var.	2001	2004	T.Var.	2001	2004	T.Var.
I	Continente	59,5	60,2	0,7	2,6	3,2	0,6	10,7	12,4	1,7	14,3	6,5	-7,8	10,1	12,9	2,8	2,9	4,9	2,0
	Norte	66,4	72,3	5,9	2,1	2,7	0,7	6,8	8,6	1,9	13,0	1,7	-11,3	9,2	9,3	0,2	2,6	5,3	2,7
	Centro	80,4	70,4	-10,0	2,8	3,2	0,4	7,3	14,5	7,2	1,0	0,1	-0,9	5,3	6,7	1,4	3,2	5,1	1,9
II	Lisboa	51,3	52,5	1,2	2,3	2,8	0,5	13,4	14,1	0,7	18,4	10,6	-7,7	11,7	15,3	3,6	3,0	4,6	1,7
	Algarve	62,5	57,1	-5,3	14,4	14,1	-0,3	7,0	6,7	-0,3	1,1	0,2	-0,9	10,5	15,5	5,0	4,6	6,4	1,9
	Alentejo	82,4	67,2	-15,2	3,2	3,1	-0,0	5,7	6,1	0,4	2,0	0,2	-1,8	4,6	19,1	14,5	2,1	4,3	2,2
	Alentejo Litoral	66,8	64,4	-2,4	7,3	7,6	0,3	11,2	14,1	2,8	5,0	0,1	-5,0	7,1	10,8	3,7	2,5	3,1	0,5
	Alto Alentejo	83,9	84,2	0,3	4,7	4,4	-0,3	4,1	4,3	0,1	2,3	0,4	-1,9	3,1	4,2	1,0	1,8	2,6	0,8
III	Alentejo Central	82,5	78,3	-4,3	3,6	4,8	1,2	4,3	5,5	1,2	1,9	0,1	-1,9	4,1	6,5	2,5	3,6	4,8	1,2
	Baixo Alentejo	86,3	79,1	-7,2	2,2	3,0	0,8	1,3	2,7	1,4	2,9	0,0	-2,8	4,5	5,9	1,4	2,8	9,1	6,3
	Lezíria do Tejo	84,0	59,1	-24,8	2,1	1,8	-0,3	6,5	6,1	-0,4	1,2	0,2	-1,0	4,8	28,9	24,2	1,5	3,8	2,4

Fonte: INE

Quadro 15: Volume de vendas do Comércio e Serviços em 2001 e 2004 (%)

Constata-se ser o comércio por grosso e a retalho o que mais postos de trabalho cria (1 939 indivíduos), sendo também este o sector responsável pelo maior volume de vendas, ao qual corresponde o valor de 263 138,54 milhares de euros. Estes valores surgem em virtude de um intenso processo de terciarização da actividade económica que o concelho de Beja assistiu nos últimos anos, não tendo sido acompanhado de um crescimento efectivo das actividades económicas directamente produtivas.

Os produtos mais exportados são os de origem mineral, seguidos de maquinaria, materiais eléctricos e seus componentes.

Embora se note uma tendência para a consolidação das actividades essencialmente vocacionadas para apoio e suporte ao bem-estar das populações e serviços às empresas, contudo, a região é caracterizada por fortes assimetrias socioeconómicas face ao resto do País e da União Europeia. O desenvolvimento médio per capita da região é de cerca de 70% da média nacional e um dos mais baixos da Europa Comunitária.



Fonte: INE

Figura 14 : Empregados por sector de actividade

No entanto, com os investimentos públicos que têm vindo a ser realizados (Alqueva, Aeroporto de Beja, IP-8 e reconversão do complexo de Sines), é previsível se venha a alterar o padrão económico da região, potenciando o seu desenvolvimento, devendo ser o Alqueva o que maior impacto deverá ter. A água sempre foi sinónimo de desenvolvimento. Directa ou indirectamente a água é um dos factores imprescindíveis ao processo de desenvolvimento económico. O seu valor é inegável e cada vez mais as diversas actividades têm a água como factor de produção, podendo-se mesmo afirmar que não há actividade económica se não houver água. O Alqueva vem garantir a distribuição de água às actividades económicas delas dependentes, como a agricultura, agro-industriais e outras, contribuindo assim para um desenvolvimento económico sustentável e harmonioso na região.

Quocientes de localização e capacidade de exportação

No sentido de percebermos o quadro económico actual da região, analisámos os **quocientes de localização** e a sua **capacidade de exportação** relativamente ao **Emprego e ao VAB** (valor acrescentado bruto) para os sectores *Agricultura e Pescas, Industria Extractiva, Industria Transformadora, Alojamento e Restauração e Produção e Distribuição de Electricidade, Água e Gás*.

Relativamente ao Emprego, a região possui dois sectores básicos, Agricultura e Pescas e Industria Extractiva, tendo o primeiro 4 vezes e o segundo 3,2 vezes mais importância relativamente à ponderação nacional. Quanto ao VAB, a região possui três sectores básicos sendo eles a Agricultura e Pescas, a Industria Extractiva e a Produção e Distribuição de Electricidade, Água e Gás, cuja importância para a região é de 4,6 vezes para o primeiro, 8,3 vezes para o segundo e 2,4 vezes para o terceiro respectivamente. Saliente-se o facto de no sector *Produção e Distribuição de Electricidade, Água e Gás* existir elevada rentabilidade (produz muito com baixa empregabilidade), embora esta rentabilidade não produza efeitos endógenos na região, pelo facto desta valia ser referente à energia produzida na Central Termoeléctrica de Sines,

em que o valor do VAB é contabilizado na região para efeitos estatísticos mas os proveitos são centralizados na sede da empresa exploradora (EDP) em Lisboa.

Quanto à capacidade de exportação, a região apresenta um excedente de cerca de 9 200 pessoas no sector da Agricultura e Pescas e 2 157 na Indústria Extractiva, relativamente ao peso nacional.

Quociente de localização e capacidade de exportação medido pelo emprego em 2004

Emprego	Agricultura e pesca			Indústria extractiva.			Indústria transformadora			Alojamento e restauração			Produção e distribuição de electricidade, gás e água		
	E1j/Ej	Ql = (E1j/Ej)/(E1n/En)	Cij	E2j/Ej	Ql = (E2j/Ej)/(E2n/En)	Cij	E3j/Ej	Ql = (E3j/Ej)/(E3n/En)	Cij	E4j/Ej	Ql = (E4j/Ej)/(E4n/En)	Cij	E5j/Ej	Ql = (E5j/Ej)/(E5n/En)	Cij
Continente	0,009	1,0	0,0	0,003	1,0	0,0	0,159	1,0	0,0	0,037	1,0	0,0	0,003	1,0	0,0
Norte	0,004	0,5	-	0,003	0,9	-	0,228	1,4	123 285,2	0,022	0,6	-	0,002	0,5	-
Centro	0,011	1,2	2 227,5	0,003	1,1	493,9	0,148	0,9	-	0,019	0,5	-	0,001	0,3	-
Lisboa	0,006	0,6	-	0,001	0,4	-	0,108	0,7	-	0,067	1,8	39 451,6	0,008	2,6	6 360,8
Alentejo	0,036	4,0	9 205,9	0,009	3,2	2 137,0	0,097	0,6	-	0,022	0,6	-	0,001	0,2	-
Algarve	0,015	1,7	1 257,4	0,002	0,7	-	0,040	0,3	-	0,111	3,0	14 436,3	0,003	0,8	-

Fonte: INE

Quadro 16: Quociente de localização e capacidade de exportação medido pelo emprego em 2004

Quociente de localização e capacidade de exportação medido pelo VAB em 2004

VAB	Agricultura e pesca			Indústria extractiva.			Indústria transformadora			Alojamento			Produção e distribuição de electricidade, gás e água		
	E1j/Ej	Ql = (E1j/Ej)/(E1n/En)	Cij	E2j/Ej	Ql = (E2j/Ej)/(E2n/En)	Cij	E3j/Ej	Ql = (E3j/Ej)/(E3n/En)	Cij	E4j/Ej	Ql = (E4j/Ej)/(E4n/En)	Cij	E5j/Ej	Ql = (E5j/Ej)/(E5n/En)	Cij
Continente	0,030	1,0	0,0	0,003	1,0	0,0	0,157	1,0	0,0	0,043	1,0	0,0	0,028	1,0	0,0
Norte	0,024	0,8	-	0,002	0,7	-	0,226	1,4	2 431,1	0,031	0,7	-	0,033	1,2	170,2
Centro	0,035	1,2	96,4	0,004	1,1	5,1	0,208	1,3	917,8	0,034	0,8	-	0,023	0,8	-
Lisboa	0,018	0,6	-	0,001	0,4	-	0,112	0,7	-	0,042	1,0	-	0,023	0,8	-
Alentejo	0,139	4,6	623,3	0,028	8,3	143,4	0,110	0,7	-	0,032	0,8	-	0,066	2,4	218,8
Algarve	0,063	2,1	167,8	0,003	0,7	-	0,037	0,2	-	0,175	4,1	671,7	0,015	0,5	-

Fonte: INE

Quadro 17: Quociente de localização e capacidade de exportação medido pelo VAB em 2004

Emprego

Admitindo a importância de se analisarem valores exactos mais recentes (censos 2011), cuja inexistência nos impossibilita de o fazer, analisámos os valores das duas décadas anteriores, que não sendo a situação actual, nos permite perceber a tendência e o desfasamento da região relativamente ao país.

Historicamente a região tem tido como desígnio a baixa empregabilidade, logo, elevadas taxas de desemprego (**8,4%**) se comparados os seus valores com os valores nacionais (6,8%), pese embora o facto de existir uma diminuição relativamente a 1991 (9,2%). Não obstante, no inquérito realizado em 2005 a taxa de desemprego volta a subir para valores próximos dos registados em 1991, reflectindo a tendência nacional.

Taxa de desemprego (%)			
	Ano	Alentejo	Portugal
Total	1991	9,2	6,1
	2001	8,4	6,8
Homens	1991	4,7	4,2
	2001	5,3	5,2
Mulheres	1991	16,8	8,9
	2001	12,5	8,7
Inquérito (2005)	2005	9,1	7,6

Fonte: INE, censos1991 e 2001

Quadro 18: Taxa de desemprego na região Alentejo por género

Taxa de Actividade (%)			
	Ano	Alentejo	Portugal
Total	1991	48,3	52,5
	2001	52,7	57,4
Homens	1991	62,3	64,7
	2001	61,2	66
Mulheres	1991	37,5	45,4
	2001	44,6	49,4

Fonte: INE, censos1991 e 2001

Quadro 19: Taxa de Actividade na região Alentejo

Quanto ao género, constata-se ser maior o **desemprego entre a população feminina** (F 12,5%, M 5,3%), sendo de salientar pela positiva a homogeneização entre género na década 1991 – 2001.

Relativamente à população empregada por sectores de actividade económica, verifica-se uma **forte terciarização em detrimento do sector primário (Agricultura, silvicultura e pescas)**.



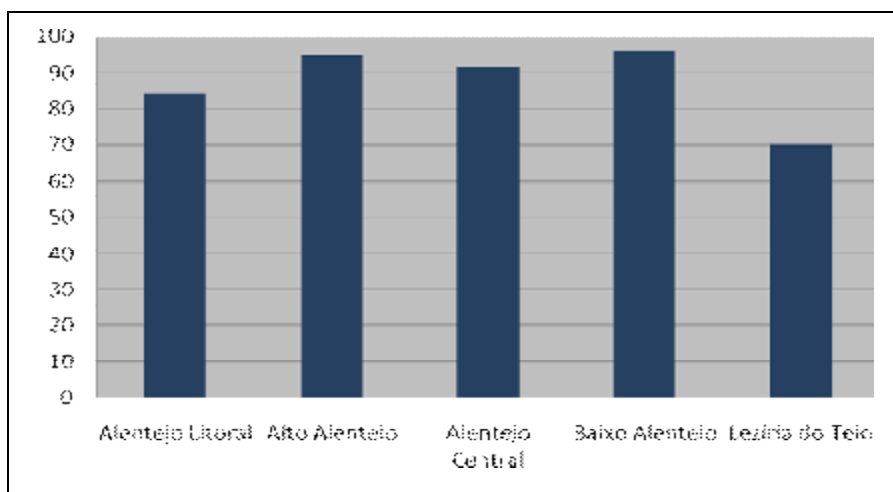
Fonte: INE, censos1991 e 2001

Figura 7: População empregada por sector de actividade

2.6 Ambiente

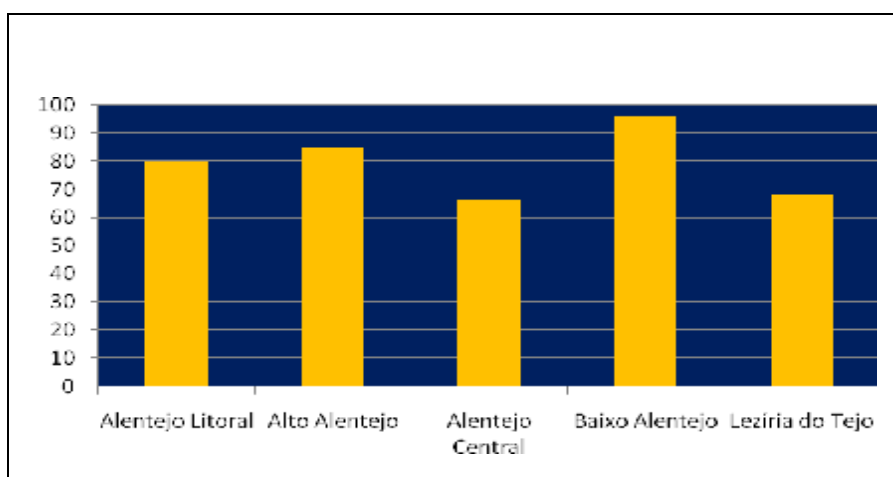
A preservação do ambiente e a promoção da qualidade de vida das populações são da competência das autarquias locais e estas têm vindo a assumir um papel muito importante. Apesar de esta região apresentar, um elevado potencial agrícola, os diversos departamentos de ambiente directa ou indirectamente têm vindo a dinamizar, a implementação de medidas preventivas e defensivas das zonas protegidas, tais como a RAN, REN e cartas de condicionantes, obrigatórias aquando da elaboração dos PDM.

Relativamente á população abastecida de água, a região encontra-se servida quase na totalidade, com valores acima dos 96.5%. Relativamente aos sistemas de drenagem de águas residuais constata-se que a sub-região menos abrangida é a Lezíria do Tejo e a mais bem servida o Baixo Alentejo, embora não existam grandes disparidades entre elas.



Fonte: INE

Figura 15 : Proporção de drenagem de águas residuais



Fonte: INE

Figura 16 : Proporção de águas residuais tratadas

Áreas Protegidas

Parque de Natureza de Noudar

Situa-se junto ao castelo de Noudar na Herdade da Coitadinha, tem cerca de mil hectares e tem como objectivo desenvolver um projecto de compensação pela perda de habitats a nível dos ecossistemas de montado, galerias ripícolas e matagais mediterrânicos, provocada pela construção da barragem de Alqueva. A totalidade da herdade encontra-se inserida na área classificada Rede Natura 2000 e forma um conjunto ecológico com áreas protegidas em Espanha, com as quais faz fronteira, nomeadamente, com os Parques Naturais da Serra de Aracena e Picos de Aroche e a Serra Norte e Serra de Hornachuelos. Nesta paisagem, de uma beleza singular é frequente encontrar animais e plantas que não fazem parte do quotidiano dos habitantes da cidade. A partir de Noudar pode explorar-se uma vasta região das margens do Guadiana, em Portugal e Espanha.

Parque Natural do Vale do Guadiana

Criado em finais de 1995, abrange 69 600 ha, inseridos, parte no concelho de Serpa e parte no de Mértola. Acompanha o curso do rio entre a queda de água do Pulo do Lobo e a confluência com a ribeira do Vascão², é a mais recente área protegida em Portugal, criada com o objectivo de assegurar a protecção de um património notável, tanto natural como construído. Abrange a zona ribeirinha do Guadiana com os seus açudes e moinhos em Mértola (vila museu), e inclui ainda o antigo complexo mineiro de São Domingos com a plataforma da via-férrea por onde o minério era levado para o porto fluvial do Pomarão.

A jusante de Mértola, no topo norte do parque entre os moinhos do Escalda e dos Canais, o Guadiana corre entre escarpas cobertas por mato mediterrânico, onde se situa o principal acidente do curso do rio, a queda de água do Pulo do Lobo.

Em termos da paisagem refiram-se as planícies entre Corte Gafo e a serra de Serpa (margem esquerda) dominadas por culturas de sequeiro e as elevações quartzíticas das serras de Alcaria e São Barão (altitude 370 m), poucos quilómetros a noroeste de Mértola.

A flora do parque inclui plantas aromáticas como o rosmaninho, o alecrim, a murta, o oregão ou o poejo, já o trevo-de-quatro-folhas-peludo é uma espécie ameaçada.

O Guadiana foi o último rio português a conservar esturjões, tendo os últimos exemplares sido pescados nos anos 70. Tão abundante era este peixe que figura em moedas cunhadas em Mértola no século I a.C. Dos répteis e anfíbios existentes na área do parque podem referir-se o sapo-parteiro ibérico, o tritão-de-ventre-laranja, a rara cobra-de-pernas pentadáctila e da víbora cornuda. De referir ainda o facto do vale do Guadiana ser um importante corredor para as aves migratórias, bem como o facto de existirem importantes colónias de águia-de-Bonelli, abutre do Egipto e bufo-real, para além de cegonhas brancas e das raras e esquivas cegonhas negras.

² Ribeira que serve de limite entre o Alentejo e o Algarve.

Parque Natural do Sudoeste Alentejano e Costa Vicentina

Abrange 74 800 ha ao longo de mais de 100 km de costa, desde o extremo norte em São Torpes (arredores de Sines) até ao Cabo de São Vicente no Algarve e à praia da Boca do Rio a leste da Ponta de Sagres (extremo sul do Parque), sendo um dos parques mais bem preservados do litoral europeu. Ao longo da extensa linha de costa alternam zonas de areal e dunas com arribas altas, predominando as dunas de Sines até à foz do Mira em Vila Nova de Milfontes. A extensa faixa costeira entre São Torpes e o Burgau é candidata a Património Mundial da Unesco.

Tirar Conclusões

3. O potencial de desenvolvimento

Após análise da situação actual do Alentejo, constata-se existirem **bastantes constrangimentos** que em nada favorecem o seu desenvolvimento, nomeadamente ao nível da estrutura demográfica com **decréscimos populacionais, diminuição da taxa de crescimento natural, escassez de recursos humanos qualificados, envelhecimento da população, sistema agrário em crise, fraca dinâmica e qualificação empresarial, exiguidade do mercado de trabalho bem como, falta de dinâmica na criação de emprego, um tecido industrial fraco e de reduzida dimensão, isolamento internacional e não inclusão em redes económicas internacionais, isolamento transfronteiriço, crescente afastamento de centros de decisão, incapacidade de endogeneização dos fluxos financeiros gerados na região e incapacidade de retenção de recursos humanos.**

No entanto, nem tudo são desgraças, pois **a região apresenta pontos fortes e oportunidades de elevado potencial**, que lhe permitirão *reinventar-se* economicamente. Assim, o Alentejo **apresenta elevada qualidade em termos de saneamento básico** (essencialmente nas cidades), uma **oferta diversificada no ensino superior e profissional com licenciaturas direccionadas para as actividades económicas da região, nomeadamente o turismo, aumento da qualificação da população activa, elevado património arquitectónico e arqueológico, existência de 3 importantes eixos rodoviários, quer no sentido Norte – Sul e Litoral – Interior (A2, A6 e IP 8 - em requalificação), existência de espaços para a instalação de actividades económicas, excelentes recursos turísticos** como por exemplo, o clima e a paisagem, as praias do litoral, muitas albufeiras com destaque para o Alqueva, **património cultural imóvel e etnográfico, a gastronomia e a enologia, o romantismo, a autenticidade, a sedução e essencialmente muito charme, a quase ausência de tempo cronológico e o facto da região permanecer pura e incontaminada.** Acrescentem-se ainda **na agricultura a implementação dos canais de rega do Alqueva, a fácil mecanização, a existência de grandes áreas para cultivo e o empenhamento Municipal em projectos ligados ao desenvolvimento e bem-estar das populações rurais.**

Assim, pensamos que o desenvolvimento regional do Alentejo no segmento do turismo deverá assentar nos seguintes aspectos, os quais analisaremos de forma mais detalhada ao longo deste trabalho:

- **Turismo** – Elevado potencial em quase toda a região, essencialmente no litoral com sol, mar e praia e no interior com turismo em espaço rural (TER), aproveitamento lúdico/lazer das imensas albufeiras com especial enfoque para a do Alqueva, turismo cultural, rotas, gastronomia e enologia, natureza e ambiente, potenciado com a reconversão do aeroporto de Beja que irá permitir um maior conforto aos visitantes nas deslocações directamente à região. A ter em conta, refira-se o elevado potencial dos mercados Inglês, Alemão e Espanhol.
- **Agricultura** - Elevado potencial em quase toda a região relativamente à mecanização, bons solos, existência de grandes propriedades (latifúndio), possibilidade de utilização dos estímulos comunitários, aumento das áreas de regadio, potencialidades para a criação de novas empresas Agro-Industriais, existência na região de licenciaturas direccionadas para a agricultura e possibilidade de escoamento

das produções para o mercado internacional com a abertura do aeroporto de Beja. A agricultura poderá vir a ser relevante nas vertentes turismo de Natureza e Paisagem, Ecoturismo, Enoturismo que embora pouco desenvolvido apresenta um significativo crescimento e a longo prazo, o turismo Rural e Cinegético.

- **Ensino Superior** – Criação de licenciaturas direccionadas para as actividades económicas da região e maior capacidade de atracção e fixação de recursos humanos qualificados na região.
- **Economia e emprego** – Com a reconversão do projecto energético de Sines, a reconversão do IP-8 como eixo de atravessamento entre o porto de Sines, aeroporto de Beja e Espanha e a abertura do aeroporto de Beja que irá potenciar a importação de matérias-primas e o escoamento dos produtos transformados na região, maior será a capacidade de atracção de investimento estrangeiro e nacional, essencialmente ao longo do IP-8, embora mais concentrado junto ao pólo de Sines (energético e porto) e aeroporto de Beja, com empresas ligadas ao sector da energia, manutenção, logística, transformação e transportes. Relativamente ao turismo, este crescimento irá contribuir e potenciar o turismo de negócios na região.

4. Turismo sustentável como ferramenta alternativa para o desenvolvimento rural

Desde a *Cimeira da Terra* que o conceito de Desenvolvimento Sustentável tem vindo a ganhar importância.

Este conceito, tem vindo a ser desenvolvido através da tomada de consciência colectiva, face às ameaças que o desenvolvimento das actividades humanas podem implicar. A mensagem contida neste slogan, foca a **necessidade de preservar e gerir de forma responsável os recursos escassos e finitos** existentes no planeta, de forma a garantir o seu uso a longo prazo.

O Desenvolvimento Sustentável, assenta no equilíbrio permanente entre três dimensões; *Social, Económica e Ambiental*.

Social, porque tudo o que existe no planeta só faz sentido em função do homem, como ser supremo que habita e “domina” a Planeta. Por outras palavras, sendo o ser humano o expoente máximo dos seres vivos no planeta, dispõe para uso das suas necessidades, materiais ou psíquicas, do **usufruto dos bens e recursos nela existentes, de forma a satisfazer as suas necessidades básicas** ao seu bem estar.

Ambiental, porque é nesta dimensão que se encontram os **recursos materiais e ambientais**, de que o ser humano necessita para a satisfação das sua necessidades e **Económica**, porque é **extraindo/explorando, transformando e comercializando**, que é possível satisfazer essas necessidades.

Da intersecção entre a dimensão *Social e Ambiental* resulta a melhor ou pior *habitabilidade*, entre a *Ambiental e Económica* a *Viabilidade* do desenvolvimento e entre a *Económica e a Social* a *Equidade* social. Por fim, da intersecção entre as três dimensões resulta a SUSTENTABILIDADE.

Podemos assim afirmar que as ideias-chave da sustentabilidade são:

- Planeamento e estratégias holísticos;
- Preservação dos processos ecológicos;
- Protecção da herança humana e da biodiversidade;
- Sustentação a longo prazo da produtividade;
- Equidade social inter-geracional.

Partindo destas premissas e sabendo-se que os recursos existentes no planeta são escassos e finitos, bem como, das diferentes filosofias, posturas e atitudes que o ser humano poderá adoptar na gestão desses recursos, diferentes serão também as consequências de uma gestão bem elaborada ou danosa, em maior ou menor escala. Esta gestão, poder-se-á traduzir no uso e abuso dos recursos naturais existentes, que



Fonte: Gunn, 1994

Figura 17 - Dimensões chave da sustentabilidade

egoisticamente poderão ser explorados e usados em benefício próprio, desprezando a destruição dos habitats e as necessidades das gerações vindouras, ou pelo contrário, geridas com harmonia, com respeito pelos habitats que como humanos somos os responsáveis pela sua manutenção, com respeito pelos outros seres vivos que alimentam o nosso bem-estar quando os contemplamos, com respeito pela satisfação das necessidades das gerações futuras, ou seja, usando os recursos de forma responsável, permitindo a sua regeneração. É neste segundo tipo de gestão (responsável) que o *Desenvolvimento Sustentável* assenta e se baseia.

O turismo sustentável pode ser definido como **o desenvolvimento que vai de encontro às necessidades do presente sem comprometer as necessidades das gerações futuras** (Silveira, 2003; Brundland Report, 1987, citado por Mowforth e Munt, 1998), ou como **uma forma de desenvolvimento turístico que é particularmente sensível à preservação a longo prazo do ambiente natural e sócio cultural, ao mesmo tempo que se produz benefícios económicos para a comunidade hospedeira** (Swarbrooke, 1999; Timothy, 1998).

Seja qual for a definição adoptada, **trata-se de obter um equilíbrio entre ambiente, economia e questões ligadas à comunidade local.**

Segundo Butler (1993, citado por Cavaco, 1998), o turismo sustentável **deve ser desenvolvido de forma e escala que garanta a sua operacionalidade por um período de tempo bastante longo, sem degradar o ambiente natural e humano, e sem colocar em risco o bem-estar da comunidade local, assim como as actividades socioeconómicas da mesma.**

É sabido, que o desenvolvimento da actividade turística pode e deve contribuir para o desenvolvimento socioeconómico das comunidades locais, assim elas tenham potencialidades. Neste contexto e para que venha a ser bem sucedido, há que ter em conta vários objectivos.

Segundo Lane (2004), para que o turismo possa ser sustentável nos meios rurais, deve suportar a cultura e as especificidades de cada região, a paisagem e os habitats, a economia rural, gerir a indústria turística de forma a **promover experiências turísticas únicas** e estimular junto dos decisores a compreensão de que será perigoso colocar demasiado ênfase no turismo, devendo sim, os agentes turísticos continuar a apostar na diversificação da economia rural. Deste ponto de vista, **o desenvolvimento das regiões deve basear-se no seu potencial endógeno** articulado em combinação com os recursos externos.

Numa perspectiva *bottom-up*, faz sentido que o desenvolvimento seja orientado pelos agentes locais e regionais e não por orientações de âmbito nacional. Ao falarmos de turismo regional, local e ou rural, muitos são os recursos que podem ser integrados na oferta de um produto de *Turismo Rural*, como por exemplo, produtos agrícolas



Fonte: Adaptado de PDTA (R.T. Évora, 2001)

Figura 18 – Prisma turístico do Alentejo

(antigos e recentes, alimentares e não alimentares), paisagens, parques naturais, áreas protegidas, fauna e flora, rios e lagos, montanhas e vales, rochas e minerais, recursos hídricos medicinais, património cultural (arquitectura popular, monumentos e igrejas, património arqueológico, tradições, mercados, festividades e peregrinações, teatro popular e poesia), bem como, outros elementos que reflectam os hábitos e os costumes locais, em suma, o estilo de vida rural que possa constituir para a atracção turística.

No entanto, para que o desenvolvimento turístico seja bem sucedido, será necessário ter em conta outros elementos que garantam a oferta de um produto de *Turismo Rural* de qualidade. Segundo Wilson *et al* (2001), **para se desenvolver um produto de turismo rural bem sucedido, é necessário existir atracções naturais ou construídas pelo homem e que façam parte da região, promover (marketing) o destino e as suas atracções junto dos mercados potenciais, criar infra-estruturas turísticas e acessibilidades** (estradas, aeroportos, comboios e autocarros), estacionamento, clareza na sinalética, alojamento, restaurantes, negócios de retalho que satisfaçam as necessidades dos turistas e hospitalidade. **A forma como os turistas são tratados por quem os acolhe** (residentes e agentes turísticos), **é crucial para a imagem que estes irão transmitir aquando do seu regresso** e assim fomentar ou retrainir o desenvolvimento turístico da região.



Fonte: Adaptado de Gunn, 1994 e OMT/PNUAD/UNESCO; 1995)

Figura 19 – Principais metas – Carta para o turismo sustentável

4.1 A cultura do turismo no Alentejo: o potencial da região

O Turismo é uma actividade que contribui como poucas para o desenvolvimento económico e social das regiões, principalmente se estas forem possuidoras desse potencial, o que pensamos ser o caso do Alentejo.

O Algarve, Lisboa e a Madeira, são os principais destinos turísticos de Portugal com reconhecimento internacional e uma oferta organizada que lhe permite disponibilizar no mercado produtos turísticos consolidados, tais como, o Golf no Algarve, os Resorts na Madeira e os Congressos/Eventos em Lisboa, complementada com uma boa oferta hoteleira.

No entanto, tendo Portugal um elevado potencial turístico associado a factores climáticos, culturais, ambiente e paisagem, lazer e sol e praia, pretende assumir-se internacionalmente em termos de marca **Portugal, como país rico em experiências, onde é possível num período limitado de tempo, oferecer mais do que em qualquer outro destino, ou seja, promover a ideia de diversidade concentrada. Nesse sentido, a mensagem a passar é autenticidade, cultura, natureza, sonho, aventura e romantismo.**

Como estratégia de promoção turística, Portugal promove a existência de diferentes destinos por explorar num só país, cada um com as suas especificidades.

Assim, no sentido de se dar continuidade a este *mote*, cabe a cada destino/região, desenvolver ofertas distintas alinhadas com a proposta de valor do destino **Portugal**, definir claramente as suas potencialidades e factores de qualificação, por forma a capitalizar a vocação natural da região. Trata-se de numa lógica de *produto/mercado (alvo)*, tendo por base as diversas regiões de Portugal denominadas de *Áreas Promocionais*.

É neste contexto de estratégia de desenvolvimento do turismo, que o Alentejo se assume como um destino turístico de futuro promissor.

De acordo com o PENT, estão identificados seis pólos de atracção turística em Portugal, dois dos quais no Alentejo (o Litoral Alentejano e o Alqueva).

Como forma de desenvolver estes pólos, prevê-se em termos de actuação do sector público, a dinamização de **clusters** regionais, planos sectoriais, acessos e rede de transportes competitivos, agilidade para os projectos de elevado valor acrescentado, novo quadro de incentivos e calendário de animação regular.

Analisando as potencialidades turísticas do Alentejo, encontramos um manancial de características físicas, culturais e espaciais, potenciadas pelo facto desta região ainda permanecer *pura e incontaminada*, que a colocam como uma região de elevado potencial. **O Alentejo, pode e deve alicerçar a sua imagem em valores de marca como o romantismo, autenticidade, sedução, charme, quase ausência de tempo cronológico e diversidade, em valores materiais desde a natureza, cultura popular, património imóvel e imateriais, tais como a gastronomia, vinhos, tradições e hospitalidade. Acrescente-se ainda, o facto de o Alentejo se encontrar na encruzilhada de duas grandes regiões de turismo, Lisboa e Algarve.**

Organicamente, o Alentejo possui um importante instrumento estratégico, o Plano de Desenvolvimento Turístico do Alentejo (PDTA), que considera a região como um mosaico multifacetado de recursos singulares, de excepção e autenticidade, ou seja, com um elevado potencial atractivo, onde se destaca o património arquitectónico, a cultura popular, a água (mar e albufeiras), a natureza e a paisagem. Neste plano (PDTA), são identificados os produtos turísticos estruturantes em que o Alentejo deverá assentar a curto, médio e longo prazo, **destacando-se a curto prazo o turismo de Sol, Mar e Praia, Cultural, Urbano, de Descoberta e Viagens em *shortbreaks*, por ser de mais fácil e imediata implementação, a médio prazo de Natureza e Paisagem, Golf e Enoturismo que embora pouco desenvolvido apresenta um significativo crescimento e a longo prazo, o turismo Rural, Cinegético, de Eventos e Negócios/Reuniões.** Para este último muito irá contribuir o novo aeroporto de Beja. No entanto, refira-se que actualmente esta região possui já alguma oferta turística organizada, pese embora, a existência de algumas carências e necessitando de maior estruturação e consolidação.

Actualmente, o panorama do turismo do Alentejo não é animador, pois continua a par dos Açores a ser a região com maiores carências em Portugal. No entanto, planear é futuro e futuro, o Alentejo tem.

Não é possível falar do crescimento turístico do Alentejo, sem falarmos do seu triângulo de desenvolvimento, porto de Sines – aeroporto de Beja - Alqueva. No entanto, pensamos dever-lhe acrescentar um quarto vértice, Évora, por já ser o mais importante pólo de atracção cultural do Alentejo.

Se analisarmos separadamente os benefícios potencialmente alcançados através de cada um deste vértices, facilmente se concluirá que:

Porto de Sines

Este ponto de ancoragem apresenta potencialidades associadas a um turismo de lazer (sol, mar e praia) e de negócios, tais como, férias de praia, pesca desportiva, actividades náuticas, restauração/hotelaria, natureza, reuniões de negócio, feiras e eventos. Se bem que o primeiro (turismo de lazer), mais sazonal, apenas poderá garantir receitas em certos períodos de tempo e em alguns locais específicos, o segundo (turismo de negócios), poderá contribuir para a sobrevivência das unidades de alojamento locais ao longo do ano.

Alqueva

Quanto ao Alqueva, são inúmeras as potencialidades turísticas acrescentadas à região, pela criação do maior espelho de água da Europa

Este pólo, irá permitir o incremento de vários tipos de turismo, tais como, de lazer (pesca, canoagem, vela, passeios de barco), Rural, Gastronómico e Enólogo, Turing, Cultural (por se encontrar no centro do património arquitectónico), de Ambiente e Natureza, bem como, de Negócios, Feiras e Eventos (devido aos expositores) e Sénior.

Aeroporto de Beja

Quanto ao aeroporto de Beja, podemos considerar ser este o vértice de maior importância, pois complementa e potencia todos os outros. É este vértice que associado a boas acessibilidades, irá permitir rápidas e cómodas deslocações ao Alentejo, no que toca ao mercado internacional.

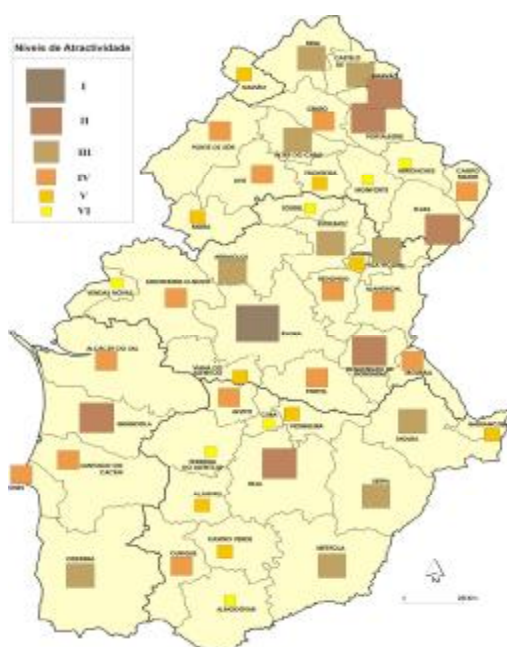
Mas o Alentejo não se esgota nesta *quadratura do triângulo*, pois tem as suas especificidades, que podem e devem ser aproveitadas e geridas estrategicamente, pelo que não será aconselhável aspirar a um tipo de turismo idêntico ao existente noutras partes do país.

O Alentejo possui as mais belas paisagens de planície e peneplanície, um imenso e histórico património arquitectónico, tradição e cultura, gastronomia, numerosas barragens, romantismo, autenticidade, sedução, diversidade e essencialmente, muito charme.

4.2 Capacidade atractiva, Singularidade e Notoriedade

A capacidade atractiva da região advém das suas singularidades, que por sua vez criam a notoriedade.

Neste âmbito, o Alentejo pode e deve rivalizar com o Algarve pela diferença e assumir-se como um **destino turístico alternativo**, que alicerça a sua imagem em valores de marca como o romantismo, a autenticidade, o charme, a sedução, a diversidade, a ausência de tempo, a natureza, a cultura popular, a gastronomia, a enologia, as tradições e a hospitalidade e assim, cativar um segmento de mercado que procura a calma, o sossego, a beleza, as *cores* e os *cheiros* das regiões.



Fonte: PDTA (R.T. Évora, 2001)

Figura 20 – Capacidade atractiva concelhia dos recursos turísticos do Alentejo

4.3 Avaliação dos recursos turísticos existentes

Para nos referirmos aos recursos existentes na região, teremos de os analisar em duas vertentes distintas; os recursos naturais e culturais; e infra-estruturas e equipamentos.

Quanto aos recursos naturais, o Alentejo possui um elevado e diversificado potencial em todo o seu território, que se estende das belíssimas praias do litoral, à paisagem com grandes extensões planas (peneplanície clássica) e pouco dobradas, passando pela arquitectura tradicional e seus monumentos, bem como, as imensas albufeiras ensolaradas, o charme e o *tempo que teima em não passar*.

Já **no que se refere às infra-estruturas e equipamentos, muito haverá a fazer para melhorar os produtos turísticos**, embora exista já uma oferta que permite acolher bem e satisfazer as necessidades actuais dos que lá se deslocam ou visitam a região. No entanto, o Alentejo merece, pode e deve oferecer mais, no sentido de cativar os sectores de mercado que podem pagar a tranquilidade, o charme, o sossego e a beleza, mas que exigem elevados padrões de qualidade.

Alojamento

Relativamente ao alojamento, o Alentejo possui já um conjunto de unidades de qualidade, quer ao nível da hotelaria tradicional com hotéis de 3* e 4*, com destaque para o primeiro hotel de 5* em Évora no ano de 2005, quer ao nível do Turismo em Espaço Rural, com um aumento significativo do número de unidades nos últimos anos. Este tipo de alojamento (TER), pretende atrair mercado no segmento de turismo de lazer, existindo já alguns hotéis rurais a apostar cada vez mais no mercado das empresas, embora este mercado (empresas) se fixe essencialmente nos centros urbanos de Beja, Évora, Portalegre.

Refira-se ainda, que sendo o nº de camas insuficientes (cerca 9 000) relativamente ao que se pretende e se projecta para a região, **dever-se-á ter em atenção que um possível aumento deverá apostar na qualidade e não na quantidade, de forma a atrair um segmento de mercado disposto a pagar essa qualidade, resultando assim num menor número de turistas para um mesmo rendimento e uma menor pressão sobre os recursos e o ambiente.**

Com vista a seduzir e cativar cada vez mais turistas e fixá-los por períodos mais dilatados (maior número de dias), estas unidades de alojamento têm vindo a apostar cada vez mais na animação turística, nomeadamente na elaboração de programas de fins-de-semana gastronómicos, circuitos culturais, programas desportivos, etc, recorrendo muitas das vezes a parcerias com empresas especializadas em animação.

Capacidade de alojamento e taxa de ocupação em Portugal no ano de 2005

Unidade Geográfica	Capacidade de alojamento						Taxa de ocupação		
	Hotéis		Pensões		Outros		Hotéis	Pensões	Outros
	Nº	%	Nº	%	Nº	%	%	%	%
Norte	18926	15,0	12132	29,2	3573	3,7	33	19	31,3
Centro	20394	16,1	11105	26,7	4040	4,2	31	19,2	25,5
Lisboa	35896	28,4	7157	17,2	5042	5,3	43,2	33,9	40,7
Algarve	27546	21,8	4404	10,6	68032	71,0	50,5	24,9	40,4
R. A. Açores	6308	5,0	949	2,3	1181	1,2	42,4	26,4	27,7
R. A. Madeira	13885	11,0	2555	6,2	11653	12,2	51,5	36	63,5
Alentejo	3490	2,8	3221	7,8	2325	2,4	34,1	19,6	33,7
Alentejo Litoral	251	7,2	1167	36,2	1158	49,8	38,8	16,5	30,1
Alto Alentejo	960	27,5	482	15,0	346	14,9	23	20,6	35,9
Alentejo Central	1417	40,6	661	20,5	419	18,0	41,7	24	46,2
Baixo Alentejo	322	9,2	492	15,3	250	10,8	31	16,3	36
Lezíria do Tejo	540	15,5	419	13,0	152	6,5	...	23,7	...

Fonte: INE (2005)

Quadro 18 – Capacidade de alojamento e taxa de ocupação

Proporção da ocupação hoteleira por nacionalidade e região em 2005

Unidade Geográfica	União Europeia																EU - Outros	
	Total		Portugal		Alemanha		Espanha		França		Itália		Países Baixos		Reino Unido		Nº	%
	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%		
Norte	3169482	9,7	2159037	68,1	101843	3,2	394981	12,5	124111	3,9	84118	2,7	47067	1,5	149296	4,7	109029	3,4
Centro	3097682	9,5	2217289	71,6	81652	2,6	315960	10,2	135591	4,4	133020	4,3	34275	1,1	67175	2,2	112720	3,6
Lisboa	5910704	18,1	2127398	36,0	506838	8,6	1186122	20,1	404403	6,8	385997	6,5	210737	3,6	465899	7,9	623310	10,5
Algarve	1,3E+07	40,5	3163340	24,0	1785843	13,5	508679	3,9	177199	1,3	60962	0,5	1165311	8,8	5051855	38,3	1283016	9,7
R. A. Açores	991915	3,0	480268	48,4	64934	6,5	29565	3,0	15770	1,6	6995	0,7	5922	0,6	44402	4,5	344059	34,7
R. A. Madeira	5336364	16,4	805786	15,1	1329807	24,9	229395	4,3	233514	4,4	37552	0,7	185657	3,5	1577656	29,6	936997	17,6
Alentejo	891875	2,7	694629	77,9	27552	3,1	61313	6,9	21055	2,4	14709	1,6	30374	3,4	21902	2,5	20341	2,3
Alentejo Litoral	229851	25,8	198555	86,4	4584	2,0	11917	5,2	2663	1,2	1392	0,6	2141	0,9	4910	2,1	3689	1,6
Alto Alentejo	152883	17,1	126772	82,9	3752	2,5	10245	6,7	2834	1,9	2272	1,5	1914	1,3	2259	1,5	2835	1,9
Alentejo Central	302235	33,9	204808	67,8	15088	5,0	21866	7,2	11608	3,8	8637	2,9	24066	8,0	7760	2,6	8402	2,8
Baixo Alentejo	94618	10,6	81070	85,7	1809	1,9	4416	4,7	1325	1,4	937	1,0	1339	1,4	2076	2,2	1646	1,7
Lezíria do Tejo	112288	12,6	83424	74,3	2319	2,1	12869	11,5	2625	2,3	1471	1,3	914	0,8	4897	4,4	3769	3,4

Fonte: INE

Quadro 19: Proporção da ocupação hoteleira por nacionalidade e região em 2005

Circuitos e rotas turísticas

Também neste segmento o Alentejo dispõe já de uma oferta organizada em forma de circuitos e rotas (*Rota do Megalitismo*, a *Rota dos Vinhos*, a *Rota do Azeite*, *Terras do Pão e Vinho*, *A Margem Esquerda do Guadiana* e *Hospitaleiros no Norte Alentejano*), de forma a facilitar a descoberta do seu património cultural, paisagístico, ambiental e gastronómico, embora estas surjam de forma mais informativo e promovidas pelas Câmaras Municipais, Regiões de Turismo, Agência de Promoção Turística do Alentejo e não da forma comercializável. No entanto, algumas destas rotas têm já um carácter de oferta integrada e comercializada, por empresas de animação turística, operadores e agências de viagens.

Relativamente a este tipo de produto (turismo itinerante - turing), o Alentejo apresenta uma elevada capacidade de desenvolvimento e de sustentação, pelo facto da sua implementação poder ser imediata. No entanto, **muito terá de ser feito ao nível da estruturação e qualificação da oferta**

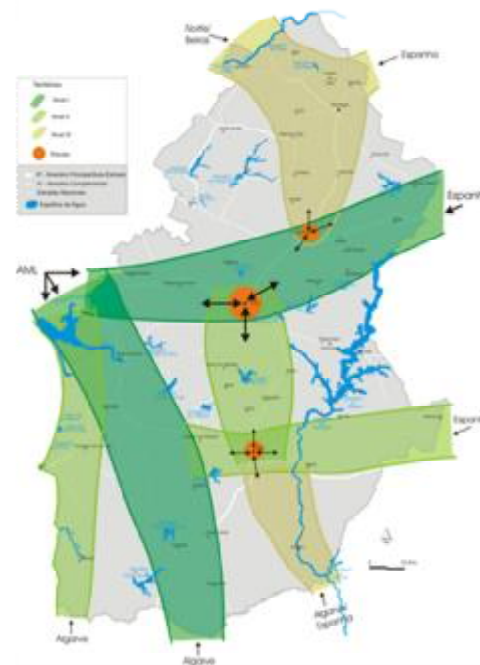
(recuperação de património imóvel, abertura de monumentos que se encontram ainda encerrados e disponibilização de informação), bem como, na organização dessa mesma oferta, quer seja **ao nível da concepção, promoção e comercialização de circuitos turísticos junto dos potenciais mercados**.

Para que surja mais mercado é necessário mais oferta de qualidade e para existir qualidade, é necessária uma maior participação de empresas com uma actuação profissional no mercado.

Gastronomia e Enoturismo

A gastronomia e o Enoturismo são 2 valiosos recursos que têm vindo a ganhar importância no Alentejo e que potenciam e complementam a oferta turística da região, sendo que há cada vez mais turistas que se deslocam à região com o propósito de saborear a gastronomia típica e provar o vinho alentejano.

Quanto à gastronomia, declarada como valor integrante do património cultural português desde 2000, assume-se por vezes como motivação principal na escolha de um destino turístico, como por exemplo acontece com as visitas ao Alentejo de grupos especialistas em vinhos, ou como recurso complementar na oferta de outros produtos, como o cultural, rural ou itinerante. No caso do Alentejo, todas as Regiões de Turismo promovem a gastronomia e os vinhos específicos da região que representam.



Fonte: PDTA (R.T. Évora, 2001)

Figura 21 – Territórios em turing de atravessamento

Por outro lado, como reforço da promoção destes recursos turísticos, têm surgido cada vez mais um conjunto de eventos, tais como, semanas e festivais gastronómicos (semana do porco e do borrego ou Alentejo à mesa), que visam cativar a atenção do turista e conseqüentemente, motivar a sua deslocação. No entanto, refira-se que **para uma aposta de qualidade na gastronomia como produto turístico, será necessário a existência de estabelecimentos de restauração de qualidade, não apenas nas ementas que disponibilizam, mas essencialmente no serviço que prestam.**



Figura 22 – Enoturismo – Estratégia de intervenção

Quanto ao enoturismo, o Alentejo dispõe de rotas turísticas promovidas pelo IVV (Instituto da Vinha e do Vinho), com locais e produtores que podem ser visitados. No entanto e porque se trata de um recurso com elevado potencial turístico, muito está ainda por fazer. Numa perspectiva da actividade turística, **será necessário que os produtores apostem na melhoria das suas instalações, no serviço prestado ao cliente, tais como, lojas de vinhos com boas salas de prova, programas e visitas devidamente guiadas e organizados, nomeadamente com explicação em várias línguas.** No entanto, o Alentejo apresenta um elevado potencial para fazer mais e melhor, ou seja, melhorar e a oferta deste recurso e as rotas do vinho, onde os recursos culturais acrescentam valor final a este produto.

Cultura, Natureza e Ambiente

São estes recursos que mantêm um maior interesse turístico e que por sua vez funcionam como factor principal de atracção para a deslocação dos turistas à região.

Quanto aos recursos **culturais**, destacam-se o património **religioso** com capelas, ermidas, igrejas e conventos, o **militar** com castelos e fortificações, o **imaterial** rico em cantares, tradições e lendas (o caso dos cantares alentejanos) e sobretudo, o património **arquitectónico** rural com uma arquitectura popular típica desta região, com montes com casas caiadas a branco e barras em amarelo ocre ou azul. Acrescente-se ainda, o modo muito próprio de *estar e ser* do povo alentejano, que por sua vez transmite ao turista uma sensação que contribui para o aumento do grau de atractividade deste destino.

A par da herança cultural já referida, o Alentejo dispõe de património arqueológico no Norte Alentejano, Elvas e Évora (monumentos megalíticos).

Relativamente aos recursos Natureza e Ambiente, o Alentejo dispõe de um recurso muito valioso – a água – quer ao nível das praias que possui, como pelas inúmeras albufeiras existentes na região. A este recurso, acresce a paisagem alentejana, que com o seu tipo de relevo (peneplanície) pouco ondulado mas que se

estende num horizonte que parece perdido, transmitindo ao visitante uma sensação de liberdade, evasão e imensidão.

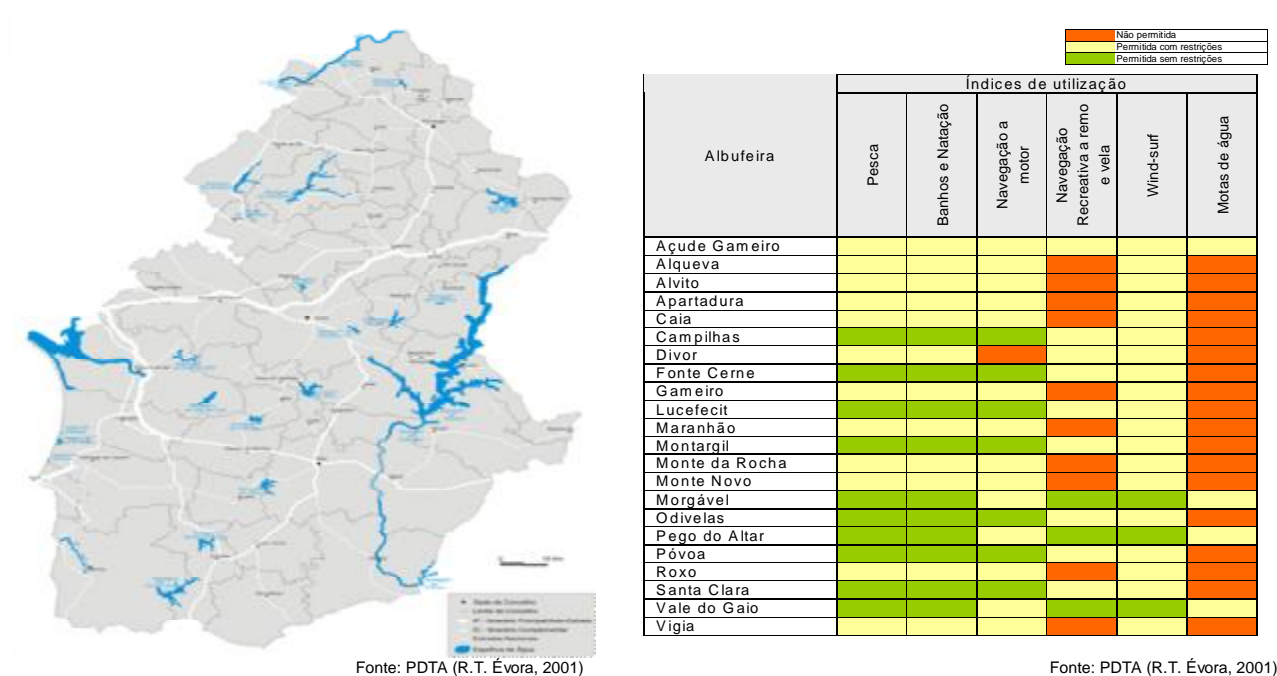


Figura 23 – Espelhos de água susceptíveis de fruição turística

4.4 Áreas de oportunidade para o turismo e lazer

O Alentejo apresenta um elevado potencial na quase totalidade do seu território. Assim, **deve orientar estrategicamente o seu desenvolvimento turístico para os produtos e parcelas do território que lhe dão maiores garantias de afirmação e sucesso.**

Nesse sentido, identificam-se os seguintes tipos de turismo nos seguintes locais:

Litoral – Elevado potencial para desenvolver com razoável competitividade produtos ligados ao *Sol, Mar e Praia, Golfe de Resort, Short-breaks*, turismo activo e de lazer associado ao mar (pesca, vela, náutica de recreio, etc.).

Interior - Particularmente junto das cidades e nas zonas envolventes de albufeiras, um turismo Cultural urbano, de Touring, Short-breaks, Turismo em Espaço Rural, Enoturismo e Gastronómico, de Natureza, Paisagem e Ambiente, Cinegético e de lazer associado à água (pesca, vela, náutica de recreio, etc.), que poderá ser

potenciado de forma racional por algumas (poucas) unidades de Golfe. **Relativamente ao Golfe, dever-se-á ter em conta os custos ambientais** (fertilizantes, herbicidas, pesticidas, etc.), **o facto do clima da região não ser o mais adequado à manutenção dos campos obrigando a um elevado consumo de água, colidindo assim com a necessidade cada vez mais premente de preservação deste recurso. Por outro lado, dever-se-á ainda ter em conta as consequências/efeitos previstos para a região relativamente ao Aquecimento Global**, que prevê a diminuição da pluviosidade média anual dos actuais 400mm para menos de 100mm, da maior amplitude sazonal da pluviosidade (aumento no Inverno e drástica diminuição na Primavera, Verão e Outono) e o aumento de 4 a 7°C (litoral e interior) na temperatura média anual, tudo isto até ao final deste século.



Fonte: PDTA (R.T. Évora, 2001)

Figura 24 – Espaços de Afirmação, estratégica do Turismo

Eixo Sines – Beja (IP 8 – em reconversão) - Turismo de Negócio.

Com a implementação da reconversão do pólo energético de Sines, a reconversão do IP-8 que ligará Sines a Beja e a abertura do Aeroporto de Beja, **é previsível um aumento significativo na capacidade de atracção de investimento nacional e estrangeiro para a região, com repercussão no incremento do número de empresas, oferta de emprego e trânsito de pessoas** (turismo de negócios/empresas) ao longo deste eixo prioritário.

Segundo Manuel Pinho, a reconversão do projecto de Sines irá criar 3 600 postos de trabalho durante a construção (prevê-se 3 anos) e após a construção, 500 postos permanentes. Por outro lado, este projecto, ir-se-á revelar de extrema importância, quer pela oferta de trabalho durante e após os trabalhos de reconversão, quer pelo número de empresas que lá se irão instalar beneficiando deste desenvolvimento (economia de aglomeração), quer ainda, pelo tráfego de atravessamento entre Sines e Espanha. Trata-se pois, de um segmento de turismo importante para a região.

No entanto, para que esta oferta seja de qualidade, é importante que o Alentejo ponha em prática as recomendações do PDTA (Plano de Desenvolvimento Turístico do Alentejo), tais como:

- Desenvolver os seus 4 Núcleos Turístico previstos para apoiar o desenvolvimento turístico da região.
- Avançar com o desenvolvimento turístico de forma efectiva e equilibrada, tendo sempre presente a sustentabilidade dos recursos naturais e ambientais existentes e sem receio do modelo que vier a adoptar relativamente aos Resort e ao Golfe.
- Aproveitar o potencial do património das suas cidades, vilas, aldeias e montes, bem como, da sua cultura, gastronomia e enologia.
- Aproveitar o potencial das albufeiras e suas envolventes, designadamente do Alqueva (maior espelho de água da Europa), para desenvolver produtos ligados ao lazer. Também aqui, sem receio de um

desenvolvimento turístico efectivo, que obviamente também deverá ser sustentável em todos níveis e domínios.

- Maior imbricação entre o Litoral e o Interior.

Ancoragens territoriais principais:

Litoral

- ADT de Tróia;
- ADT da Comporta;
- ADT do Carvalhal;
- ADT de Fontainhas;
- ADT de Melides;
- ADT de Santo André;
- ADT de Aivados;
- NT de Porto Covo;
- NT de Vila Nova de Mil Fontes;
- NT de Almogrove;
- NT de Zambujeira do Mar.

Interior

- Cidades
- Elvas
- Portalegre
- Évora
- Beja
- Sines
- Odemira
- Vilas, Aldeias e Montes;
- Alqueva e restantes Albufeiras;
- Parques e/ou Reservas Naturais

4.4.1 Ecoturismo

O Ecoturismo é o sector de turismo que mais tem crescido em termos globais nos últimos anos, prevendo-se um crescimento ainda maior no futuro próximo.

Resultante de um acréscimo da consciência global para a necessidade de preservação dos ecossistemas, este tipo de turismo tem vindo a difundir-se cada vez mais nas sociedades ocidentais, à medida que o ser humano procura compensações para combater o stress gerado no dia-a-dia.

Actualmente, cada vez mais turistas têm consciência dos impactes negativos provocados pelo turismo de natureza nos ecossistemas, do valor da biodiversidade e da importância do desenvolvimento sustentável das comunidades locais. Assim, com o aparecimento do ecoturismo, levantaram-se um conjunto de preocupações ambientais, económicas e sociais associadas à actividade turística, tais como:

- **Conservação da Natureza** – Consciencializar o ser humano no sentido de fazer com que o turismo promova a conservação da natureza e evite provocar impactes negativos nas áreas naturais.
- **Economia** – Estimular o turismo Ecológico de forma a gerar receitas nas comunidades locais, e assim contribuir para financiar a conservação da Natureza. Um dos temas em voga na actualidade é a denominada **Economia Ecológica**, que consiste em criar mecanismos que façam com que parte das receitas do

turismo possam ser canalizadas para a conservação do ambiente e assim contribuir financeiramente para um desenvolvimento sustentável das regiões.

• **Responsabilidade social** – Cada vez mais nos dias de hoje, é assumido pelos conservacionistas, economistas e turistas, que **a conservação da Natureza não pode ser feita à custa das comunidades locais**. Como gestores e guardiões da natureza, cada vez mais afectados pelas restrições que a legislação de conservação da natureza lhes coloca, **é justo que as comunidades locais tenham acesso aos benefícios do ecoturismo**. Nesta lógica, as comunidades locais como principais interessados na conservação ambiental, devem ser parceiros e beneficiários e não seus inimigos.

Contudo, o ecoturismo assume um forte compromisso com a conservação da natureza e uma forte consciência de responsabilidade social. É esta responsabilidade que cada vez mais se estende à sensibilidade dos turistas.

Héctor Ceballos-Lascuráin, coordenador do Programa de Ecoturismo da União Internacional para a Conservação da Natureza (UICN), define o Ecoturismo como sendo **o acto de viajar ambientalmente responsável, a áreas relativamente pouco alteradas, para desfrutar e apreciar a Natureza, que simultaneamente promove a conservação, tem um baixo impacte ambiental e proporciona um benefício socioeconómico para a população local** (Pérez de las Heras, 2003).

Desta forma, quem participar nas actividades de Ecoturismo deve seguir os seguintes princípios:

- Minimizar os impactes negativos.
- Fomentar a sensibilidade e o respeito pelo ambiente e a cultura.
- Fornecer experiências positivas para os visitantes e os hóspedes.
- Dar benefícios financeiros directos para a conservação.
- Dar benefícios financeiros e fomentar a capacidade de intervenção e de participação democrática das pessoas locais.
- Aumentar a sensibilidade para as especificidades, nos meios político, social e ambiental da região.
- Apoiar os acordos internacionais de direitos humanos e laborais.

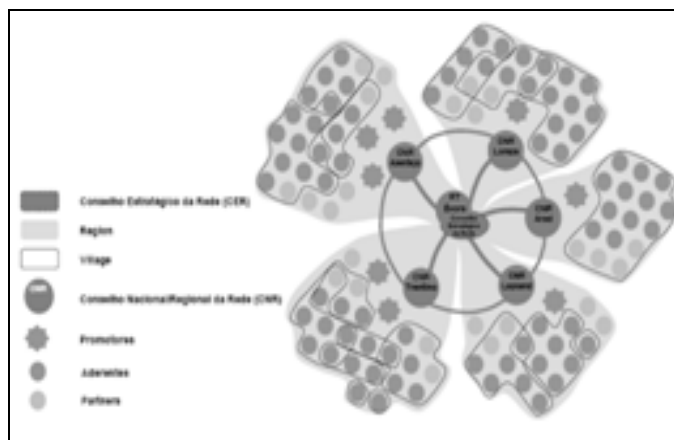
Assim, poder-se-á afirmar que o ecoturismo envolve uma forte componente de educação e interpretação ambiental, e um forte cuidado com a minimização dos impactes negativos e maximização dos positivos.

É este tipo de turismo, que pode e deve ser fomentado no Alentejo.

4.4.2 Turismo em Espaço Rural

Relativamente a este tipo de turismo é imenso o potencial do Alentejo, devendo mesmo ser um dos vectores principais em que a região deve apostar.

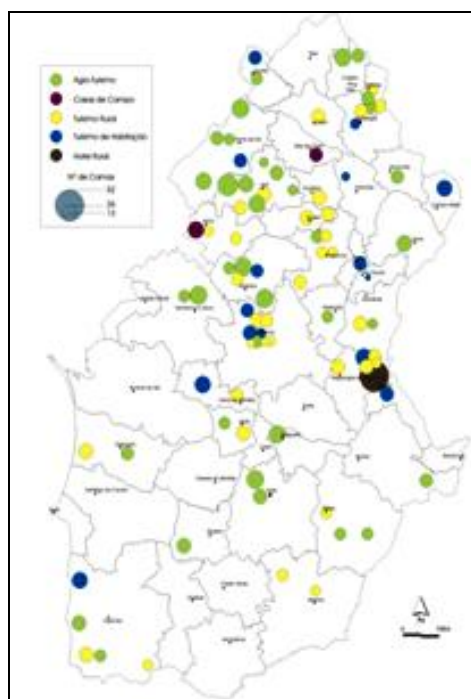
Tendo a região imensas albufeiras e uma paisagem constituída por pequenas ondulações, onde aqui e ali sobressaem pequeninos aglomerados habitacionais (montes alentejanos), quase todos com o charme e traça arquitectónica característica da região e se a isto acrescentarmos serviço de qualidade e pequenos toques de requinte associados a um lazer com qualidade, tais como, piscinas, cavalos/Burros, ténis e gastronomia regional, bem como, uma boa articulação com as actividades culturais e de lazer locais, encontram-se reunidos todos os ingredientes para o desenvolvimento deste tipo de turismo, com benefícios directos para as populações locais.



Fonte: RTE, 2006
Figura 25 – Modelo de gestão da rede de Turismo de Aldeia

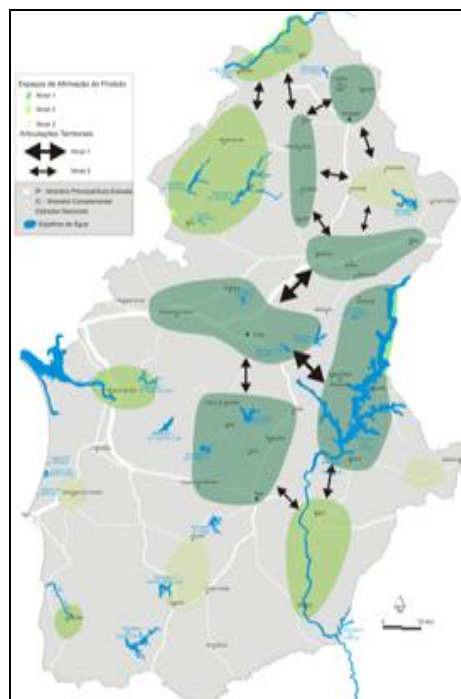
Trata-se então, de fomentar a reconversão e requalificação destes casarios, para o qual a região conta com fundos comunitários.

Neste sentido, poder-se-á testemunhar que esta requalificação já começou, facto que tem contribuído para o aparecimento de novos pólos de acolhimento no espaço rural. No entanto, estes terão de competir cada vez mais com a crescente oferta de alternativas existentes no mercado, razão pela qual deverá estar sempre presente a elaboração de produtos de características singulares, que criem distinção e oferta de experiências diferentes. Refira-se ainda, que **esta oferta turística só poderá ter sucesso se promovida pelas entidades locais, regionais e nacionais, bem como a existência de parcerias e estratégias de marketing, que em conjunto poderão reduzir um certo isolamento.**



Fonte: PDTA (R.T. Évora, 2001)

Figura 26 – Oferta de alojamento no Alentejo



Fonte: PDTA (R.T. Évora, 2001)

Figura 27 – Prospectiva do turismo rural no Alentejo

Um dos factores que mais tem contribuído para algum insucesso neste tipo de turismo, prende-se com a incapacidade dos empresários promoverem as suas actividades de forma concertada. Por outro lado, a pequena escala e a grande fragmentação dos negócios envolvidos no meio rural, apelam para a necessidade de se desenvolver actividades de gestão e planeamento que recorram à metodologia das redes e associações sectoriais.

É com base na necessidade de gerir e planear o futuro da região que se estão dando passos, tendo nascido o conceito de redes de **Turismo de Aldeia**, que consiste na concertação e articulação entre os privados (actores locais), instituições e organizações oficiais.

Quanto aos *Resorts Integrados* e ao *Turismo Residencial*, encontram-se programados para a zona Oeste do Alentejo, e pensa-se serem de suma importância para o desenvolvimento da região, principalmente nas regiões com menor expressão turística. Estima-se que cerca de 3 milhões de europeus tenham alojamento turístico no estrangeiro. Destes, aproximadamente 1,2 milhões (30%) possuem a propriedade em *Resorts Integrados*. As taxas de crescimento estimam-se da ordem dos 8% a 12% ao ano, suportadas em grande parte pelo crescimento dos *Resorts Integrados* (10%). Nos últimos 5 anos, 90% das habitações foram adquiridas por indivíduos oriundos do Reino Unido e da Alemanha, embora com motivações diferentes. Enquanto os alemães manifestam maior interesse em adquirir casas para férias, os britânicos estão mais preocupados em adquirir residência habitual ou em investir.

No que se refere ao mercado português, este representa apenas 4% do total do mercado ibérico, o que equivale a 70 000 fogos, prevendo-se que este valor cresça nos próximos anos a uma taxa anual de 4,6%.

Sendo esta cota ainda pouco expressiva se comparada com o potencial da região, os recursos naturais, ambientais e culturais são imensos para poder sustentar a oferta. Para tal, bastará que se promovam estes recursos.

Num inquérito realizado no Reino Unido a pessoas com idade superior a 50 anos, Portugal surgiu como o país com maior capacidade de retenção. Do grupo de pessoas que visitou Portugal nos últimos 10 anos, 37% consideram a possibilidade de se reformar e vir residir em Portugal. No entanto, apenas 19% das pessoas afirmou ter visitado o país nos últimos 10 anos, em comparação com os 45% de Espanha.

Também nesta oferta turística, a região deverá assentar o seu desenvolvimento na sustentabilidade com qualidade em detrimento da quantidade. **As potencialidades serão determinantes e os locais com maior potencial serão o Alqueva e o Litoral.**

4.4.3 Sol mar e praia

O turismo balnear é outra das vertentes em que o Alentejo deverá alicerçar o desenvolvimento sustentável da região, pelo facto de constituir um dos factores de maior atractividade nas estações primavera/verão.

Neste tipo de turismo, **o Alentejo poderá impor-se e distinguir-se, pelo facto de possuir excelentes areais, solarengos, inseridos em paisagem de extrema beleza e fraca afluência.**

Das suas praias destacam-se as da península de Tróia com a belíssima paisagem da Serra da Arrábida, toda a costa do concelho de Grândola, Santo André e Sines, a Lagoa de Santo André, da Fonte do Cortiço (ou Areias Brancas), do Monte Velho (ou Porto das Carretas), de Porto Covo e Ilha do Pessegueiro, Vila Nova de Mil Fontes e Zambujeira do Mar.

Como forma de complementar às potencialidades naturais, poder-se-á inserir novos recursos associados ao lazer (Golfe, passeios a cavalo ou burro, gastronomia, passeios de barco, actividades de mar, etc.) e ou melhorar os já existentes, por forma a qualificar as ofertas dos produtos turísticos da região.

De referir ainda, a mais valia para as praias do concelho de Sines, que podem beneficiar em termos de produto turístico da acessibilidade Sul do concelho de Santiago pelo Cercal (cerca de 15 minutos), situação perfeita para quem se encontre alojado entre São Domingos e o Cercal,

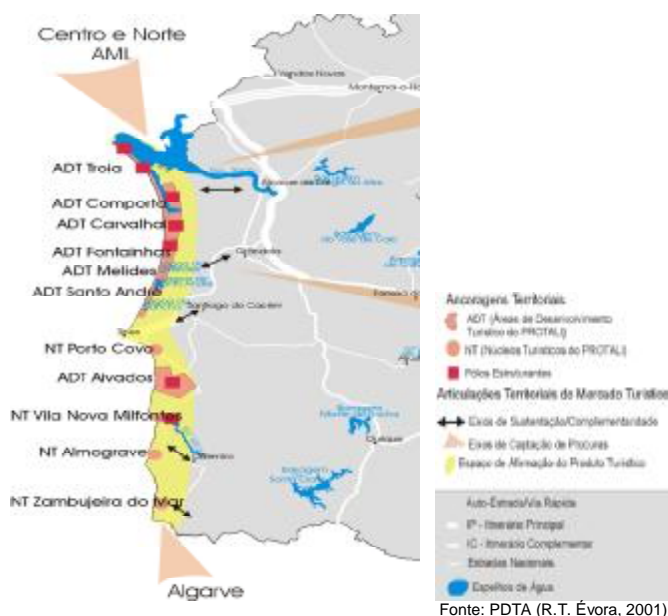
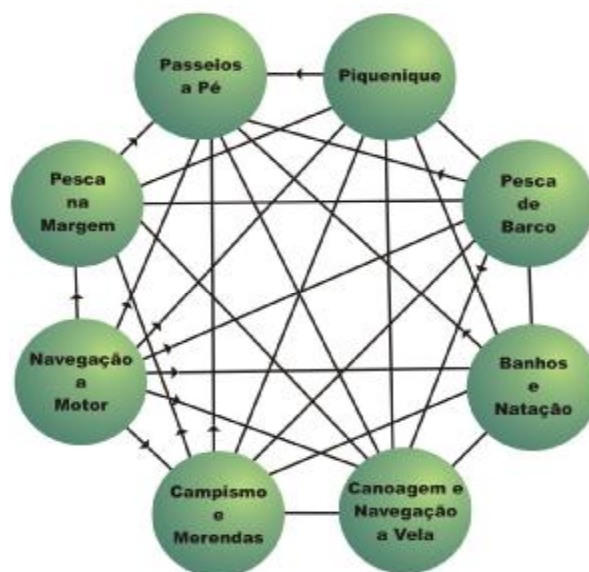


Figura 28 – Ordenamento sustentável de uso turístico

turístico, destacando-se na segunda o chamado Coração do Alentejo, onde se inclui o **Alqueva**.

Quanto ao **litoral**, estende-se desde a península de Tróia até Vila Nova de Milfontes, tem potencialidades ligadas a um turismo de Sol, Mar e Praia, cujos recursos naturais primam pelas praias de excelência, algumas quase virgens, deverá efectuar a sua caminhada em termos de desenvolvimento turístico sustentável, fundamentado neste recurso (Praia, Mar e Sol) e complementado com outros de natureza e ambiente (reservas/parques naturais), actividades de ar livre e gastronomia, de forma a oferecer produtos turísticos de qualidade. Como recursos complementares, poder-se-ão compreender o Golfe, o Ténis e actividades equestres.



Fonte: Behan, 1983

Figura 31 – Interligação entre as actividades lúdico-turísticas na área de uma albufeira

Relativamente ao **interior**, as potencialidades ligam-se essencialmente a um turismo de Espaço Rural, Natureza e Ambiente, Lazer, actividades de ar livre, gastronomia e enologia e particularmente junto das albufeiras ainda se podem acrescentar desportos e eventos náuticos.

De todo o interior, pelos seus recursos turísticos diferenciados, destaca-se uma região de elevado potencial, delimitada por Casa Branca, Beja, Serpa, Moura, Barragem do Alqueva, Mourão, Monsaraz e Évora, que pela localização no espaço e pelo potencial dos seus recursos, se assemelha e é apelidada de **Coração do Alentejo**.

É nesta rota de raízes mais profundas que se encontra o principal património cultural, nomeadamente arquitectónico, etnográfico e gastronómico e o maior espelho de água da Europa, que é a albufeira do Alqueva.

Quanto ao Alqueva, são imensas as potencialidades para desenvolver uma oferta de qualidade, podendo materializar-se em Touring, Resorts Integrados, Turismo Residencial, Turismo em Espaço Rural, Gastronomia e Vinhos, actividades náuticas, Turismo de Natureza e Ambiente e Ecoturismo. Como recursos complementares, poderá oferecer Golfe, actividades equestres, aventura, desportos náuticos, pesca, canoagem e navegação à vela, observação da natureza e ecossistemas.

Como mercados, afiguram-se como prioritários os mercados interno e espanhol, seguido da Europa, essencialmente do Reino Unido e Alemanha.

No entanto, ao nível das infra-estruturas, muito está por fazer. É urgente para o desenvolvimento deste pólo turístico, o melhoramento das ligações entre os aeroportos de Lisboa e Faro com Beja, o início das ligações aéreas para o aeroporto de Beja, a construção de eixos rodoviários rápidos entre Évora, Beja e Sines e melhorar a segurança e sinalização rodoviária, essencialmente a sinalização turística.

Ao nível da promoção, é necessário a concertação entre entidades oficiais, associações turísticas e ambientais, operadores turísticos e privados, no sentido de se inventariar e organizar produtos turísticos sustentáveis de qualidade superior, que cobrem um leque alargado de ofertas, bem como, desenvolver uma rede de promoção e comercialização dos produtos nos mercados internos e externos.

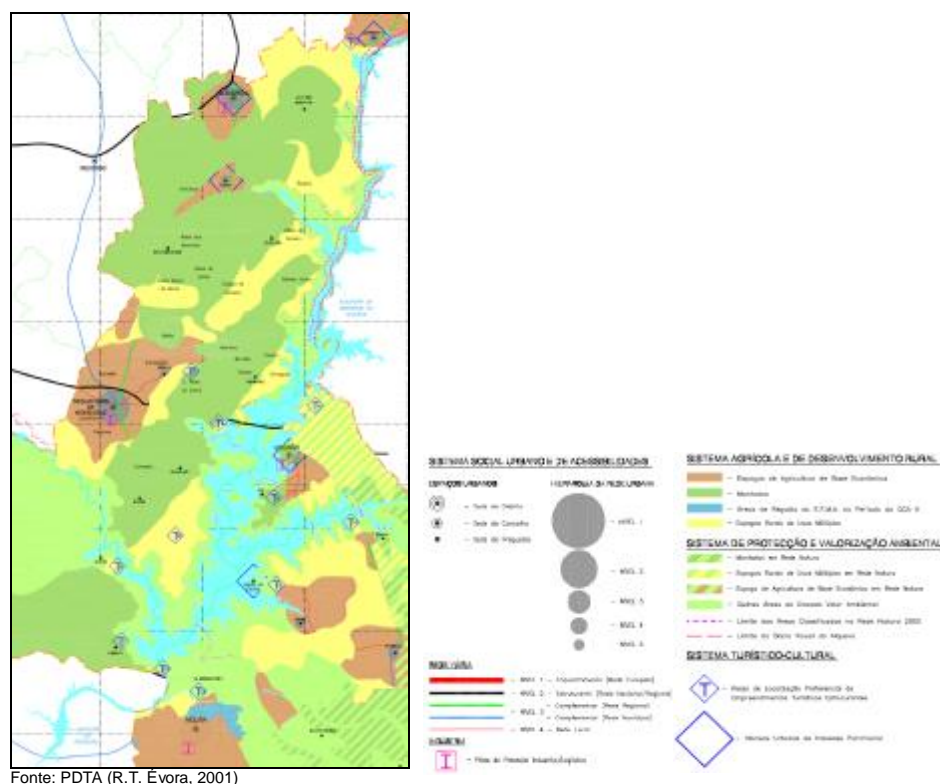


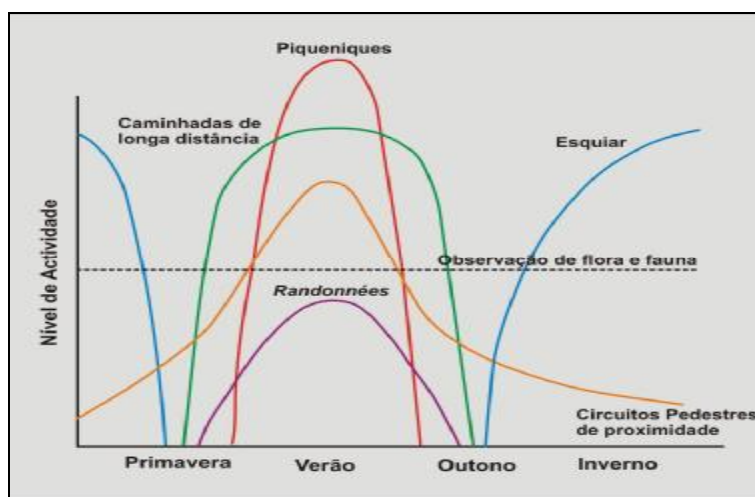
Figura 32 – PROZEA - Plano Regional de Ordenamento da Zona Envolvente do Alqueva

4.6 Estruturas e factores determinantes para a promoção do turismo

Nesta região têm surgido iniciativas de infra-estruturação e promoção do Turismo por parte de alguns Municípios, de que são exemplo o curso **Iniciação à Orientação de Percursos de Natureza e Agro-Ambientais no Campo Branco** em 1999, as **Jornadas Ambientais**, ou as visitas de operadores turísticos e jornalistas à ZPE de Castro Verde, promovida pela Região de Turismo da Planície Dourada (RTPD) em conjunto com a LPN e a CMCV.

De forma a conseguir estruturar um plano de turismo consistente e atractivo que descole da tradicional dependência desta região ao turismo nacional, procurando assim mercados alvo além fronteiras tendo em conta que os principais recursos desta região são a cidade de Évora, os castelos e fortalezas, o património arqueológico, arquitectónico e cultural, a albufeira do Alqueva, as aldeias típicas, as pousadas, a gastronomia e os vinhos e no litoral as extensas praias, algumas quase virgens, devemos ter em conta alguns factores

importantes, tais como, **boas acessibilidades** com arranjo de vias e ou construção das mesmas, **boa sinalética rodoviária e de informação turística, definição de atractivos**, de preferência diferenciados e com forte capacidade atractiva que sustentem estadias mais prolongadas, localização de equipamentos ligados ao ambiente (museus e ecomuseus) e melhorar a **capacidade de receber**, disponibilizando camas e restauração com boa relação qualidade/preço. Outro factor importante será a existência de **actividades complementares** lúdicas e de lazer, tais como, espectáculos, animação, feiras, festivais e desportos de ar livre, que visem promover as sub-regiões. É também factor de vital importância **a criação de uma boa imagem e divulgação/promoção** (marketing) **da região nos mercados que se pretende atingir**, de forma a ser considerado como uma forte opção na altura de escolher e decidir um destino turístico, tanto por clientes como operadores turísticos.



Fonte: Adaptado de J. Pigram, 1983

Figura 33 – Distribuição de tipos de actividades de ar livre relativamente ao Clima em Portugal

Assim, temos o **marketing como uma ferramenta de comunicação e promoção**, que tem como principal objectivo a construção e comercialização de uma imagem apelativa de um determinado lugar, produto, marca, serviço ou organização, de forma pensada e englobado numa estratégia global, por forma a cumprir determinados objectivos pré estabelecidos. Essa promoção deverá ser feita tendo como alvo o comportamento de um publico específico. Como parte integrante do marketing, temos a **organização**, o **preço**, a **distribuição** e a **comercialização**. É de crucial importância que a **qualidade** seja um factor decisivo, devendo esta estar à altura e mesmo superar as expectativas do turista após o seu regresso. Neste sentido, será necessário analisar e organizar alguns factores, de forma séria e bem estruturada, para que se tornem eficazes ao atingirem os mercados alvo, evitando assim, o turismo generalista e indiferenciado. É nesta diferenciação que o Alentejo deve apostar e é sobre ela que nos deveremos debruçar e concertar estratégias e objectivos.

Assim, o factor **diferenciação** face a concorrência deve assentar em temas como:

- O **passado histórico** da região que apresenta singularidades específicas, podendo muitas vezes ser enquadrado em nichos de elevada qualidade.
- A **diversidade concentrada** de recursos naturais, como as linhas de costa, longas planícies, aglomerados urbanos e rurais, seus usos e costumes que muitas vezes são tão diferentes e de elevada riqueza histórica, cultural e natural/ambiental.
- A localização geográfica de Portugal, que apresenta um **clima** temperado com tonalidade mediterrânica, ou seja, equilibrado e **ameno** relativamente aos restantes pontos da Europa, permitindo assim, um maior

usufruto das actividades de ar livre.

- A **gastronomia** regional, que pela sua diversidade e qualidade e quando correctamente controlada e enquadrada, pode tornar-se num importante e decisivo argumento de atracção turística.
- As **características sociológicas do povo alentejano**, como a tolerância, simpatia, honestidade, calma e *pachorra*, permitem um excelente relacionamento com os outros povos.
- **O romantismo, a autenticidade**, a sedução, a diversidade e essencialmente, muito **charme**.
- A **sensação de calma e relaxe** transmitida pelas paisagens e forma de ser e estar do povo alentejano, que tem o dom de nos fazer sentir que o tempo não passa, ou se passa, passa muito devagar.

Como elementos qualificadores para uma proposta de valor temos a **autenticidade moderna**, a **segurança** e **qualidade competitiva** (relação qualidade/preço), onde os conceitos subjacentes são relativamente ao primeiro elemento (autenticidade moderna) que Portugal é um país moderno, sofisticado e com forte crescimento, sendo que relativamente ao segundo (segurança) somos um país com baixa criminalidade e ao terceiro (qualidade competitiva), a existência de serviços de elevada qualidade a preços competitivos.

4.7 Estratégias e objectivos para o desenvolvimento turístico

Quanto às estratégias para a região, há que ter em conta as definições estratégicas nacionais, para depois se organizarem as de nível regional.

Assim, segundo o PENT (Plano Estratégico Nacional do Turismo) existem cinco eixos estratégicos baseados em 11 projectos de implementação. Os 5 eixos são:

Eixo 1 - Território, destinos e Produtos

- Relativamente ao primeiro eixo, é reconhecida a importância do território onde assenta a actividade turística mas também a necessidade de planear e ajustar interesses.
- Devem avaliar-se todo o tipo de infra-estruturas, equipamentos e meios humanos para que se possam apontar novos destinos de atracção turística que se desenvolvam de forma sustentada.
- Foram escolhidos dez produtos turísticos estratégicos para o território, com base nos recursos existentes, nomeadamente o clima, natureza, cultura, infra-estruturas, acessibilidades, equipamentos e recurso humanos. Nesse sentido, identificaram-se os produtos Sol e Mar, *Touring Cultural* e Paisagístico, *City Break*, Turismo de Negócios, Turismo de Natureza, Turismo Náutico, Saúde e Bem-

estar, Golfe, *Resorts* Integrados e Turismo Residencial e por ultimo, Gastronomia e Vinhos, sendo que para a região do Alentejo se deve dar prioridade ao *Touring* e Sol e Mar no Litoral, através do desenvolvimento de *Resorts* integrados, Turismo Náutico no Alqueva e Litoral alentejano, Gastronomia e Vinhos essencialmente no interior, devendo também e segundo o Plano Estratégico Nacional do Turismo crescer em número de turistas e principalmente em valor, com um misto de turistas nacionais e internacionais, potenciando o *cross selling* com Lisboa.

Eixo 2 - Marcas e Mercados

- O segundo eixo pretende afirmar a marca ***Turismo de Portugal*** como destino turístico, desenvolvendo-a e consolidando-a nos mercados internos e externos através da promoção pelos operadores e agentes turísticos. Neste sentido, pensamos que a região deverá criar a sua marca associada à marca ***Turismo Portugal***, sobre a qual apresentamos uma proposta neste trabalho.

Eixo 3 - Qualificação de Recursos

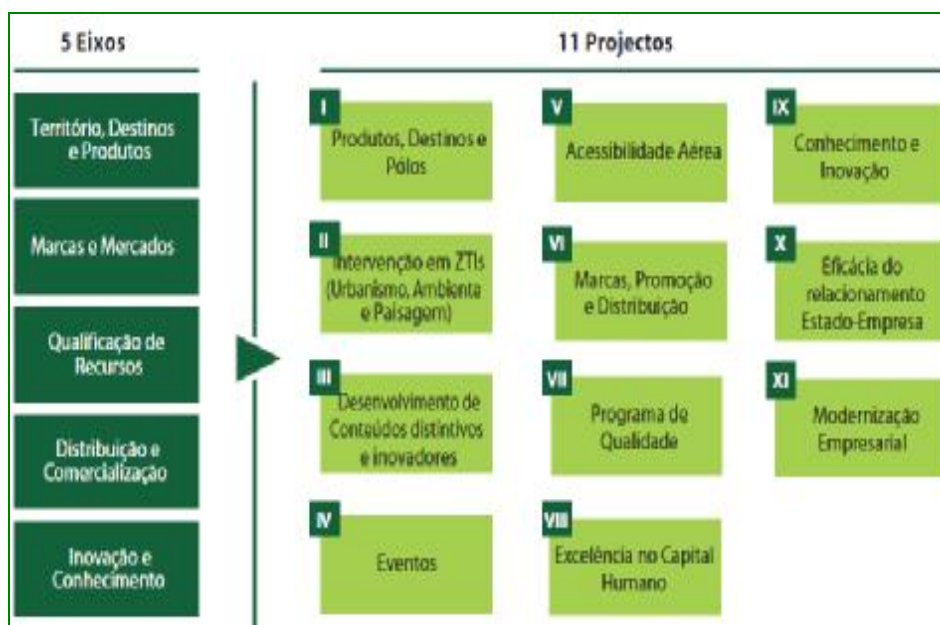
- A qualificação dos recursos humanos dos serviços, deverá ser obtida através da criação de escolas técnico profissionais (uma por região), cursos de turismos e valorização das profissões ligadas ao sector.

Eixo 4 - Distribuição e Comercialização

- Aposta na promoção interna e externa do turismo, internet, guias e roteiros turísticos.

Eixo 5 - Inovação e Conhecimento

- Deverá existir maior conhecimento do espaço/território, dos mercados emissores, das tendências, estimulando o desenvolvimento e a pesquisa, procurando a excelência e inovação.



Fonte: PENT (2006 – 2015)

Figura 34 – 5 eixos de actuação, com base em 11 projectos.

No seguimento do proposto no PENT, pensamos que a **estratégia para a região deverá ter em conta os seguintes pressupostos:**

- **Qualificação de recursos humanos** - deverá existir uma excelente coordenação entre as entidades responsáveis pela implementação dos aspectos definidos no PENT, (CCDRAlentejo, E.R.T, Municípios da Região do Alentejo, Empresários, promotores entre outros) e os estabelecimentos de ensino existentes na região que ministram formação profissional e superior nas áreas de restauração e turismo, por forma a maximizar os recursos existentes. Os primeiros passos já foram dados como o arranque da Escola de Hotelaria e Turismo de Portalegre, a primeira do sector na região do Alentejo e com a criação da licenciatura em Turismo, da Escola Superior de Tecnologia e Gestão de Beja.

Por outro lado, é de extrema importância que os empresários e promotores de projectos de investimento turístico sejam envolvidos na discussão, análise e procura de produtos turísticos de qualidade, que participem activamente na formação, qualificação e promoção de estágios e carreiras neste sector.

- Deverá ser criada a **marca “Alentejo”** como imagem de um destino turístico de elevada qualidade nas suas diferentes vertentes (*Touring*, Sol e Mar, Turismo Náutico e Gastronomia e Vinhos). Nesse sentido, pensamos que a marca a criar deverá transmitir cor, luz, alegria e os **cheiros do Alentejo** e colar-se como sub marca ao Turismo de Portugal, para assim poder usufruir da promoção e imagem já feita a nível nacional.

Relativamente à **marca Alentejo**, elaboramos dois logótipos que pensamos satisfazer os requisitos anteriormente referidos.

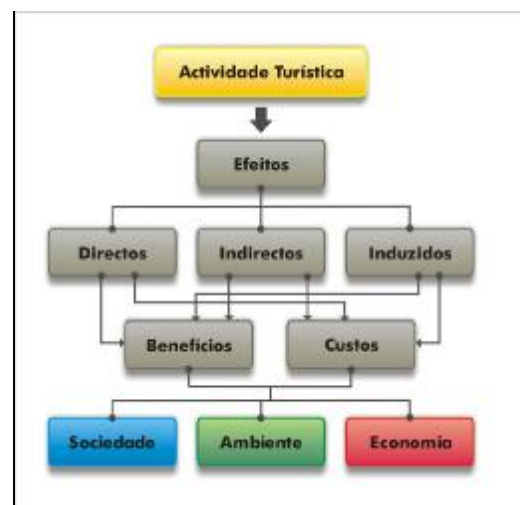


Figura 35 – Logótipo completo e logótipo simplificado.

Por outro lado, será fundamental uma correcta divulgação da mesma junto dos operadores turísticos e agências de viagens, público-alvo específico para cada uma das ofertas existentes, divulgação na internet e sites da especialidade, bem como guias turísticos.

- Deverão ser inventariados todos os activos existentes na região, as **infra-estruturas** e **equipamentos** (vias de comunicação, saneamento, comunicações, cuidados de saúde, portos, aeroportos, restaurantes, hotéis, monumentos e centros históricos) que tenham real interesse turístico, por forma a analisarem-se os recursos existentes, as articulações possíveis e as carências.

Após compilada e analisada esta informação, deverá ser georreferenciada e guardada em base de dados, para posteriormente ser tratada e disponibilizada para as entidades com responsabilidades e interesse no planeamento do turismo da região e assim poderem mais facilmente tomar decisões e definir estratégias para o desenvolvimento do turismo na Região.



Fonte: Desenvolvimento e Planeamento Territorial do Turismo (José Manuel Simões)

Figura 36 – Avaliação de impactes do desenvolvimento turístico (Ambientais, sociais e económicos).

- Com base nos pontos anteriores, dever-se-á elaborar um **diagnostico**, que defina as oportunidades e as ameaças, os pontos fortes e fracos, de forma a que mais facilmente se possam definir estratégias e identificar desafios futuros.
- Deverão ser criadas **actividades** lúdicas, de lazer, diversão e eventos, de forma a **complementar** a oferta turística da região, criando mais-valias e valorizando a experiência turística.

- Nas estratégias a definir para a região, deverão estar sempre presente a **sustentabilidade**, os **riscos ambientais**, o **controlo da carga turística admissível**, o privilegiar da manutenção e conservação da natureza, bem como, a salvaguarda os recursos naturais.
- Deverão ser monitorizados e avaliados periodicamente os **impactes do desenvolvimento turístico** na região, de forma a aferir e precaver excessos de carga e consequentes desequilíbrios/não sustentabilidade. Relativamente a este ponto apresentamos em *Anexos* uma grelha com *benefícios/custos* por dimensão da sustentabilidade.
- Deverão ser desburocratizados os projectos estruturantes para o desenvolvimento turístico da região, de forma a tornar mais célere as tomadas de decisão e assim tornar mais apelativos novos projectos de **investidores** nacionais e internacionais.

Com base nas estratégias anteriormente definidas, os **objectivos e metas para a região deverão ser os seguintes**:

Atractividade, Imagem e notoriedade

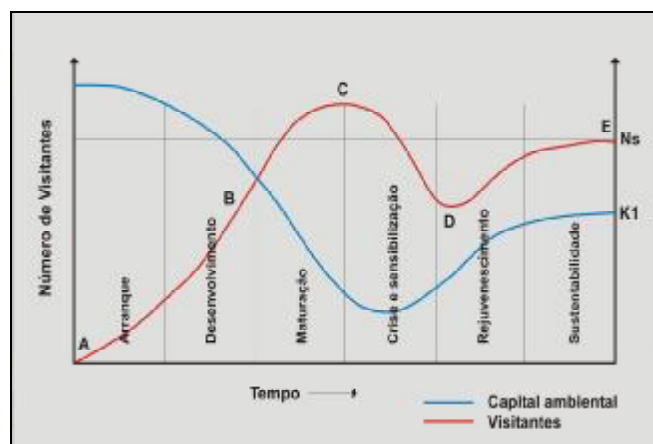
- **Apostar fortemente na promoção das singularidades e especificidades da região** (de preferência únicos), por forma a oferecer produtos diferenciados e de qualidade susceptíveis de atrair visitantes e de motivarem estadas turísticas, e assim, se poderem constituir como alternativa nas decisões de viagem dos potenciais visitantes e nas ofertas organizadas dos operadores e agentes turísticos.
- **Promover** as tradições, a cultura local, os recursos naturais, culturais e históricos, de forma a manter a **autenticidade da região**.

Actividades complementares

Criar condições de preenchimento dos tempos livres durante a estada turística, designadamente animação turística e eventos, de forma a satisfazer e prolongar as estadias por períodos de tempo maiores.

Capacidade receptiva

Adequação da capacidade de alojamento e restauração, com uma relação qualidade-preço que seja



Fonte: : Fernando Vera et all, 1997

Figura 34 – Avaliação de impactes do desenvolvimento turístico (Ambientais, sociais e económicos).

ajustada aos segmentos de mercado que se pretendem cativar.

Organização e distribuição

- Privilegiar os projectos de investimento que garantam maior desenvolvimento e sustentabilidade à região.
- Co-responsabilizar entidades, associações e privados na elaboração e promoção de produtos turísticos de qualidade.
- Criar e promover a marca **Alentejo**.

Qualidade

- Apostar na formação e profissionalização dos recursos humanos, como forma de prestar serviços de qualidade e assim provocar nos visitantes o superar das suas expectativas aquando do retorno aos seus destinos de origem.
- Manter o desempenho como forma de garantir o sucesso de mercado, a sua capacidade competitiva relativamente aos mercados concorrentes.

Desenvolvimento socioeconómico e sustentabilidade

- Criar de novos empregos, estáveis e qualificados, de forma a criar riqueza na região, garantindo melhores rendimentos para as populações.
- Apostar em segmentos de mercado concretos, com desafogo económico para pagarem *qualidade* e assim contribuírem para o desenvolvimento económico sustentável da região, sem necessidade de apostar na quantidade, diminuindo desta forma a carga turística excessiva.

Melhoria da qualidade de vida

- Criar mecanismos de monitorização de desvios ambientais.

Aeroporto de Beja

A sua importância ao nível do turismo advém do facto possibilitar uma rápida deslocação de técnicos e executivos ligados às actividades empresariais (turismo de negócios), bem como, o de atrair um segmento de turismo mais exigente e com maior poder de compra que selecciona os seus destinos baseados em critérios de comodidade e conforto, de que é exemplo o turismo Sénior do centro e norte da Europa.

Eixo IP-8 (Sines - Beja)

Este eixo apresenta potencialidades para o *Turismo de Negócios*, pelo facto de se prever um aumento significativo do número de empresas que aqui se poderão instalar, beneficiando do desenvolvimento provocado pela reconversão do projecto energético de Sines (economia de aglomeração). Dependendo do número de empresas de capital estrangeiro ou com relações empresariais/comerciais com empresas estrangeiras, assim serão maiores ou menores os fluxos deste tipo de turismo (Negócios).

Por fim, referira-se a importâncias da construção do IP 8 relativamente a este tipo de turismo, no sentido em que irá permitir um fluxo de tráfego permanente no atravessamento entre Sines e Espanha (IP8 Sines – Beja), quer ao nível do transporte de mercadorias, quer ao nível de automóveis ligeiros para Espanha. Trata-se pois, de um segmento de turismo (Turismo de Negócios) importante para a região.

Nesse sentido, deverão as autarquias/municípios criar mecanismos que cativem potenciais investidores nacionais e estrangeiros e facilitem e agilizem a decisão de projectos.

5. Considerações finais

O turismo é já a actividade económica mundial com maior importância (cerca de 11% do Produto Mundial Bruto) e tudo leva a crer que continuará numa senda de crescimento.

Os efeitos económicos directos, indirectos e induzidos que gera, bem como a crescente procura por destinos diferentes e alternativos e **a multiplicação de Programas Comunitários disponibilizando apoio técnico-financeiro ao sector, vêm tornando o turismo uma actividade altamente apelativa para os responsáveis pelo desenvolvimento das regiões do interior**, incluindo, os responsáveis da Administração Local. Esta adesão, tem-se manifestado nalguns casos uma verdadeira conversão dos autarcas do interior ao turismo, como forma de ultrapassar os seus atrasos. No entanto, na hora de definir estratégias, planear acções e afectar meios, por norma escassos, há que ponderar e ter em conta a escala humana, territorial e económica, bem como, a existência de um mercado altamente competitivo que cada vez mais procura e valoriza o que é ou parece ser único, exótico, inédito ou extraordinário.

O Alentejo, apresenta potencialidades turísticas bastante interessantes para o desenvolvimento desta actividade. No entanto, o facto de existirem excelentes recursos na região não é condição suficiente para gerar

receitas e assim promover desenvolvimento numa região. **Os recursos têm de dar lugar a produtos turísticos, estes por sua vez, têm de ser promovidos e comercializados de forma organizada**, para posteriormente serem capazes de atrair turistas e fidelizá-los a um destino turístico. **É a transformação de recursos em produtos que permite a diferenciação entre as regiões, tornando umas mais competitivas do que outras**. No entanto, o facto do Alentejo se encontrar numa fase inicial relativamente a outros destinos, permitir-lhe-á aprender com os erros do passado cometidos pelas outras regiões e orientar o seu desenvolvimento turístico de forma sustentada, apostando em produtos de qualidade associados a condições naturais e culturais que o tornam num destino marcado pela autenticidade. Por outro lado, **existem condições nesta região para criar e orientar produtos para nichos de mercado exigentes, mas dispostos a pagar o preço necessário para obter qualidade no serviço**.

O Alentejo possui já um mosaico multifacetado de recursos turísticos assentes no charme, singularidade, excepção e autenticidade, que lhe permite já hoje desfrutar de um leque alargado de experiências, tendo no entanto um processo de desenvolvimento turístico relativamente incipiente, que urge acelerar de forma sustentada e numa óptica de preservação da forte identidade cultural e paisagística.

Esta região, pese embora a sua riqueza do conjunto dos recursos turísticos que apresenta, **pode e deve diferenciar-se dos restantes destinos** (Algarve, Norte, Porto, Douro, Açores, etc), **sobretudo pela noção de Tempo**, passando a mensagem de que **aqui, o tempo tem outra ordem de grandeza, singular e autêntica, que tanto marcou a cultura alentejana, evidenciada na sua forma de estar, andar e cantar, a par da natureza, cultura, gastronomia, tradições, etc., motivando um conjunto de sensações profundas nos turistas que o visitam**.

Nesse sentido, só após a definição do que se pretende para o Alentejo em termos turísticos, se poderá planear de forma coerente um desenvolvimento turístico sustentado, de forma a trazer benefícios socioeconómicos para as populações locais, não pondo em risco a carga ambiental e os recursos existentes.

A este nível, não seria justo omitir a importância do papel da ARTA (Associação Regional de Turismo do Alentejo), bem como, todo o trabalho que desenvolveu e continua a desenvolver em prol da qualidade da oferta e do desenvolvimento global de toda a região alentejana, pois os méritos a ela cabem, relativamente à iniciativa de elaboração de um Plano de Desenvolvimento Turístico para o Alentejo (PDTA), documento fundamental para o sucesso da política de turismo a nível regional.

No entanto, muito está ainda por fazer. Urge rever e actualizar este plano, considerando as novas regras para promoção turística das regiões e as alterações dos mercados provocadas pelo alargamento da União Europeia.

Em jeito de conclusão, pensamos ser importante ter em conta os seguintes aspectos:

- **Criar uma marca que ao primeiro olhar se identifiquem os cheiros do Alentejo**, ou seja, se identifique a cor, a luz, paisagem, a calma e o charme existentes nesta região.

- **Colar esta imagem à marca nacional *Turismo de Portugal***, beneficiando assim da promoção que tem sido feita nos mercados internacionais. Nesse sentido, elaboramos um logótipo que apresentamos neste trabalho como proposta.
- **Acelerar todo o processo de organização, estruturação e desenvolvimento já iniciado, de forma a poder usufruir e aplicar os fundos existentes (nacionais e comunitários) de forma concertada.**
- **Promover o associativismo e a colaboração entre as diversas entidades e agentes do sector turístico** e articular os diferentes interesses entre os actores deste processo, por forma a potenciar este grande e relevante projecto.
- **Desenvolver as acessibilidades rodo e ferroviárias**, de forma a obter uma maior imbricação turística entre o Litoral e o Interior.
- **Orientar estrategicamente o seu desenvolvimento turístico para os produtos e parcelas do território que dão maior garantia de afirmação**, de que são exemplo o Corredor Litoral, onde além do produto *Sol, mar e praia* podem desenvolver-se com razoável competitividade *Golfe de resort, Short-breaks* e o turismo Activo. No interior, particularmente as cidades e as envolventes de albufeiras podem alicerçar com razoável interesse económico os turismos Cultural, Urbano, Touring, Short-breaks, TER, Activo, Gastronomia e Enoturismo, Natureza, Ambiente e Paisagem e Cinegético.
- Aproveitar e promover todo o potencial patrimonial e arquitectónico das suas cidades, vilas, aldeias e montes, da sua cultura e produtos de excelência.
- **Aproveitar e desenvolver todo o potencial envolvente das albufeiras**, designadamente do Alqueva, sem receio de um desenvolvimento turístico efectivo, que obviamente também deverá ser sustentado.
- Desenvolver de forma efectiva e equilibrada as 7 Áreas de Desenvolvimento Turístico (ADT) e os 4 Núcleos Turísticos previstos no PROTALI, quanto às questões ambientais, paisagísticas e economicamente sustentável e sem receio do modelo de resort de turismo e de golfe.
- **Desenvolver e promover um turismo rural de qualidade, nomeadamente junto das albufeiras e vocacionado para um mercado Sénior, de Negócios e famílias que procuram a calma e o sossego.**

Benefícios do turismo

- *Crescimento e diversificação do emprego*
- *Incremento de rendimentos*
- *Alargamento da base tributária*
- *Impulsionamento das bases económicas locais*
- *Desenvolvimento de serviços e actividades*
- *Atracção de investimento externo*
- (...)

Custos

- *Sazonalidade do emprego*
- *Elevação de custos de vida locais*
- *Aumento de tributações locais*
- *Sobrecarga de infra-estruturas e equipamentos*
- *Crescente dependência de bens e serviços importados*
- *Risco de dependência da monoactividade turística*
- (...)

Como conclusão, pensamos que o Alentejo se encontra no bom caminho mas com uma longa estrada por percorrer.

“As nuvens que se acumularam nos últimos anos parecem estar agora a dissipar-se”.

6. Bibliografia

- ABRAMOVAY, R., (2000), *Funções e medidas da ruralidade no desenvolvimento contemporâneo - Texto para Discussão n° 702* - IPEA - Rio de Janeiro.
- ABRAMOVAY R., (2006), *A Dimensão Territorial do Desenvolvimento* in COFECON – Conselho Federal de Economia - http://www.cofecon.org.br/index.php?option=com_content&task=view&id=365&Itemid=99 ,
acedido em 27-06-2011.
- BORGES, E.S. (1999), *O concelho de Cuba*, Lisboa, Edições Colibri.
- BRUNDLAND, G. H. (1987), *Relatório Brundland*, ONU.
- BUTLER, R. (1993), *Pre and Post Impact Assessment of Tourism Development*, Londres, Routledge.
- CRAVO, P., “O Turismo como vértice do desenvolvimento do Alentejo”, in
<http://www.estig.ipbeja.pt/~pmmssc/papers/portugal2000.pdf> , (acedido em 18.01.2011).
- ÉVORA, R.T. (2001), *PDTA – Plano de Desenvolvimento Turístico do Alentejo*, Évora, Região Turismo de Évora.
- FEITOSA, C. O., (2009), *Aglomerações industriais como factor de desenvolvimento regional: um estudo de caso no nordeste brasileiro*, Edição electrónica gratuita. in www.eumed.net/libros/2009a/521/ , acedido 29-07-2011
- FRAGOSO, R. (2001), *Avaliação dos Impactos Sócio-Económicos de Plano de Rega de Alqueva no Sector Agrícola do Alentejo*, Évora, Universidade de Évora, Dissertação de Doutoramento.
- INE, (2003), *Anuário Estatístico da Região Alentejo*
- INE, (2002), *Carta de Equipamentos e Serviços de Apoio à população*
- INE, *Censos 1991/2001*
- INE, (2001), *Municípios do Alentejo*
- INE, (2003), *Retrato Territorial de Portugal*
- PORTUGAL, T. (2006), *PENT – Plano Estratégico Nacional do Turismo*, Lisboa, Ministério da Economia e da Inovação.
- RIBEIRO, O.; LAUTENSACH, H.; DAVEAU, S. (1987-1991), *Geografia de Portugal* (volume IV), Lisboa: Edições João Sá da Costa (págs. 1258 à 1261).
- STORPER, M., (1997), *The regional world: territorial development in a global economy.*, New York; Guilford Press.

SWARBROOKE, J. S. (1999), *Turismo Sustentável: Conceitos e Impacto Ambiental*, Aleph.

TIMOTHY, D. J. (1998), *Women as Producers and Consumers of Tourism in Developing Regions*, Edited by Yorghos Apostolopoulos, Sevil Sonmez, and Dallen J. Timothy.

Internet:

[http: www. Amdb.pt/baixo_alentejo.html](http://www.Amdb.pt/baixo_alentejo.html), (acedido em 08.12.2010).

7. Anexos

7.1 Glossário de termos

Cluster

Do ponto de vista conceitual, numa definição genérica, um arranjo produtivo, ou "cluster", é um grupo de coisas ou de actividades semelhantes que se desenvolvem conjuntamente. Assim sendo, o conceito sugere a ideia de junção, união, agregação, integração...

Desenvolvimento

Processo de aperfeiçoamento em relação a um conjunto de valores (COLMAN & NIXON, 1981). É um processo dinâmico de melhoria, que implica uma mudança, uma evolução, crescimento e avanço.

Diamante de Porter

Trata-se de uma **análise qualitativa que tem por base uma estratégia que consiste na análise das vantagens competitivas das empresas, regiões ou países junto dos mercados, é regulada por cinco forças competitivas (ameaça dos fornecedores; ameaça dos compradores; grau de rivalidade dos concorrentes; ameaça dos concorrentes potenciais; e ameaça dos produtos substitutos), através da avaliação de quatro critérios determinantes** para se obter essa vantagem. São eles a Estratégia, Estrutura e Rivalidade das Empresas/Regiões, as Condições dos Factores, as Condições da Procura e as Indústrias Correlacionas e de Apoio

Hélice Tripla

Conceito que situa a dinâmica da inovação num contexto em que novas e complexas relações se estabelecem entre universidade, empresas e governo. Este conceito foi definido por Etzkowitz e Leydesdorff, que em português significa hélice tripla e refere-se a uma forma mais intensa de relacionamento entre empresas, académicos e governo. Estas organizações compartilham o conhecimento e recursos de forma intensa, caracterizando-as como híbridas.

Infra-estruturas

Conjunto dos serviços de carácter colectivo que são indispensáveis ao bem-estar dos habitantes de uma área urbana, ou ainda, conjunto de elementos estruturais que enquadram e suportam toda uma estrutura. O termo possui diversas acepções em diferentes campos, mas o mais comum é o referente aos sistemas viários, de esgotos de fornecimento de energia, etc., de uma cidade ou região.

NUT

Nomenclatura estatística comum das unidades territoriais, de modo a permitir a recolha, organização e difusão de estatísticas regionais harmonizadas na Comunidade Europeia. A nomenclatura NUTS subdivide o território económico dos Estados Membros em unidades territoriais e atribui a cada unidade territorial uma designação e um código específicos. A nomenclatura NUTS é hierárquica. Subdivide cada Estado-Membro em unidades territoriais de nível NUTS 1, cada uma das quais é subdividida em unidades territoriais de nível NUTS 2, sendo estas, por sua vez, subdivididas em unidades territoriais de nível NUTS 3.

Recursos Turísticos

Matéria-prima natural ou construída pelo homem de que a indústria turística se socorre. Trata-se de todo o elemento natural, actividade humana ou seu produto, capaz de motivar a deslocação de pessoas, de ocupar os seus tempos livres ou de satisfazer as necessidades decorrentes da sua permanência (DGT, 2000).

Refere-se a um conjunto de bens e serviços que se oferecem ao mercado para satisfazer um conforto material ou espiritual em forma individual ou uma gama ampla de necessidades de um consumidor que se chama turista.

Redes

Define um conjunto de entidades (objectos, pessoas, etc.) interligados uns aos outros. Uma rede permite assim circular elementos materiais ou imateriais entre cada uma destas entidades, de acordo com regras bem definidas. Denota comumente a ideia de fluxo, de circulação como por exemplo as redes de comunicação, de transportes, de água e esgotos e de telecomunicações.

- **rede de transporte** : conjunto de infra-estruturas e disposição permitindo transportar pessoas e bens entre várias zonas geográficas.
- **rede telefónica** : infra-estrutura permitindo fazer circular a voz entre os vários postos telefónicos.

Região

Uma **região** pode ser qualquer área geográfica que forme uma unidade distinta em virtude de determinadas características. Em termos gerais, costumam, mas não necessariamente, ser menores que um país.

Equivale a uma construção social material e simbólica, podendo também ser vista como um espaço de dominação, onde fracções do capital controlam as condições de produção local, sendo uma forma de classificação de território legitimado.

Na União Europeia por exemplo, o território está dividido em NUT's (Nomenclatura das Unidades Territoriais para fins Estatísticos), que em alguns países vieram substituir algumas das subdivisões tradicionais dos territórios nacionais.

A divisão e administração territorial difere de país para país, concretizando-se segundo políticas próprias e tendo em conta particularidades geográficas, étnicas, históricas, económicas, ecológicas, entre outras.

Tem origem etimológica no termo *regio*, do latim, o qual se referia “à unidade político-territorial em que se dividia o Império Romano”. Provem do verbo *regere*, governar, que atribuía à região na sua concepção original, uma conotação eminentemente política.

Sustentabilidade

...uma forma de desenvolvimento que é particularmente sensível à preservação a longo prazo do ambiente natural e sócio cultural, ao mesmo tempo que se produz benefícios económicos para a comunidade hospedeira (Swarbrooke, 1999) ou a capacidade de satisfazer a procura assegurando a manutenção no tempo da oferta.

Turismo

Actividades realizadas pelos visitantes durante as suas viagens e estadas em lugares distintos do seu ambiente habitual, por um período de tempo consecutivo superior a uma noite e inferior a 12 meses, com fins de lazer, negócios ou outros motivos não relacionados com o exercício de uma actividade remunerada no local visitado. Excluem-se as viagens cujo motivo principal consiste na prestação de serviços a uma entidade residente no país (local) visitado, envolvendo o pagamento da respectiva remuneração (decorrente de um contrato de trabalho ou uma relação empregado/empregador). Se este trabalho e a respectiva remuneração não estão directamente relacionados com o motivo principal da viagem, então a viagem insere-se no âmbito do turismo.

7.2 Tabelas

Elementos a trabalhar com vista a potenciar recursos

Níveis de Intervenção	Sub-níveis de Intervenção	Exemplos
Envolvente ao recurso	Localização	O factor localização apresenta-se como fundamental para a actividade turística. Quando controlável, por exemplo o caso da decisão sobre a localização de um núcleo museológico ou um centro de artesanato, deve ser pensada em função da importância deste elemento.
	Acessibilidade	O acesso ao recurso cultural deve ser facilitado, quer seja do ponto de vista físico, através da construção ou arranjo das vias de acesso (por ex: no caso de ruínas arqueológicas, monumentos megalíticos, capelas, etc.); quer seja do ponto de vista de informação, através de colocação de sinalética ou criação de canais de divulgação e distribuição que permitam fazer chegar o turista ao recurso.
Interior do recurso	Estrutura física	Apostar na recuperação da estrutura dos edifícios no caso de património material como monumentos, igrejas, castelos, ermidas, etc. Em muitos concelhos do interior do país esta é a uma fase prioritária, uma vez que muitos dos edifícios culturais estão em avançado estado de degradação. Intervencionar ao nível das estruturas é a etapa que permite tornar visitável o recurso, mas o processo de transformação não pode ficar por aqui. É necessário posteriormente avançar para disponibilização de informação, formas de comunicação/distribuição, entre outras etapas.
	Temática	Este nível de intervenção refere-se sobretudo aos recursos culturais imateriais, nomeadamente as feiras, festas, festivais, espectáculos que visam promover a identidade de um território. É cada vez mais importante não só melhorar a qualidade de muitos eventos culturais, mas também procurar explorar novas temáticas que possam servir de base para a promoção dos recursos endógenos. Estes eventos constituem interessantes exemplos de transformação de recursos culturais em verdadeiras atracções turísticas (tome-se como exemplo o festival islâmico ou do peixe em Mértola, a feira do montado em Portel, espectáculos de cante alentejano, a ruralbeja em Beja, etc).
Informação	Material Informativo	A disponibilização de informação é uma componente fundamental do recurso, permitindo trabalhar o seu grau de atractividade. Quer seja através de folhetos, guias de visita, publicações é essencial apostar neste factor valorizador do recurso. Não devemos esquecer que o "consumo" de um recurso é uma experiência e, como tal, a informação contribui para acrescentar valor à visita.
	Visitas Guiadas	A par de material informativo dirigido a turistas individuais, a existência de visitas guiadas permite valorizar o recurso. Trata-se de uma componente fundamental, uma vez que o guia é o meio que permite ao turista entender e interpretar o recurso cultural.
Programação	Rotas turísticas	A inclusão de um recurso cultural numa oferta organizada permite criar e vender um produto ao cliente sob a forma de rotas, por exemplo. A definição de rotas temáticas permite "embalar" o recurso e disponibilizá-lo, não individualmente, mas num produto integrado.
Promoção/Comercialização	Canais de promoção/distribuição	Uma aposta em instrumentos de divulgação permite dar a conhecer o recurso ao cliente. Todavia, a venda do produto apenas ocorre quando existem canais de distribuição que possibilitam comercializar o recurso (temática a desenvolver neste trabalho).

Análise da cadeia de produto - *portfolio* de produtos turísticos estratégicos

Análise da Cadeia de Produtos Turísticos	Cadeia do Produto Turismo Rural no Alentejo
Recursos patrimoniais turísticos relevantes	<ul style="list-style-type: none"> • Paisagens; Áreas Naturais Protegidas; Flora e Fauna; Recursos Piscícolas. • Aldeias e vilas; Igrejas e Conventos; Castelos; Palácios e Arquitectura Popular. • Artesanato; Gastronomia; Vinhos; Cantares; Festividades Religiosas e Populares.
Equipamento e serviços turísticos envolvidos	<ul style="list-style-type: none"> • Alojamento TER; Pousadas; Parques de Campismo Rurais. • Restauração e Similares. • Centros Hípicos; Campos de Ténis; Museus e Galerias de Arte.
Agregado de micro-produtos	<ul style="list-style-type: none"> • Agro-Turismo; Turismo de Aldeia; Turismo de Habitação e Pousadas. • Passeios de Natureza e Randonnées. • Rotas dos Vinhos; Rotas dos Frescos; Rotas do Património e do Megalitismo.
Mercados e segmento alvo	<ul style="list-style-type: none"> • Nacional; Países Escandinavos; França; Alemanha; Reino Unido; Holanda. • Casais; Famílias com crianças; Activos; Seniores; Estatuto Alto e Médio. • Fins-de-semana; Mini-Férias; Primavera; Verão; Páscoa.
Mosaico territorial do macro-produto	<ul style="list-style-type: none"> • Évora e Envolve; Eixo Monsaraz - Alandroal; Triangulo Alvito – Cuba – Vidigueira; Eixo Estremoz – Elvas; Eixo Crato – Sousel; Área de S. Mamede; Vales do Sôr.
Sinergias com outros produtos	<ul style="list-style-type: none"> • Turing Cultural; Turismo Gastronómico; Enoturismo; Turismo de Natureza; Short-Breacks.
Imagem, marcas e promoção	<ul style="list-style-type: none"> • Évora Património Mundial; Alqueva. • S. Mamede; Litoral Alentejano; Planície Dourada; Terras da Moura Encantada. • Aldeias Turísticas do Alentejo; Pousadas Históricas do Alentejo.
Distribuição e comercialização	<ul style="list-style-type: none"> • Central de Reservas do Norte do Alentejo; Central de Reservas Montes Alentejanos. • Central Nacional TER; Central Pousadas de Portugal.

Avaliação de impactes do desenvolvimento turístico

	Benefícios	Custos
Ambientais	<ul style="list-style-type: none"> • Incremento da protecção de espaços naturais • Valorização de recursos • Qualificação de paisagens e espaços públicos • Promoção da ética ambiental • Incremento de processos de ordenamento 	<ul style="list-style-type: none"> • Degradação paisagística e urbanística • Incremento de riscos de poluição • Incremento de riscos de erosão • Congestionamento de tráfego • Introdução de espécies alóctones • Pressão sobre a ocupação do solo
Socioculturais	<ul style="list-style-type: none"> • Intercâmbios e promoção cultural • Maior propensão para consumos recreativos • Revitalização de artes e tradições culturais • Melhoria infra-estruturas dos quadros de vida • Abertura à tolerância 	<ul style="list-style-type: none"> • Aculturação • Invasão de privacidade • Aumento de conflitos e tensões • Pressão sobre equipamentos e serviços • Aumento do consumismo

Económicos

-
- Crescimento e diversificação do emprego
 - Incremento de rendimentos
 - Alargamento da base tributária
 - Impulsionamento das bases económicas locais
 - Desenvolvimento de serviços e actividades
 - Atracção de investimento externo
 - Sazonalidade do emprego
 - Elevação de custos de vida locais
 - Aumento de tributações locais
 - Sobrecarga de infra-estruturas e equipamentos
 - Crescente dependência de bens e serviços importados
 - Risco de dependência da mono actividade turística
-

Fonte: Desenvolvimento e Planeamento Territorial do Turismo (José Manuel Simões)